

**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ
DE MENDOZA DE AMAZONAS**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**TESIS PARA OBTENER
EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**FLORICULTURA DE EXPORTACIÓN COMO
ESTRATEGIA DE DESARROLLO ECONÓMICO DE LOS
ANEXOS DE TAQUIA, MARIPATA Y OPELEL DISTRITO
Y PROVINCIA DE CHACHAPOYAS REGIÓN
AMAZONAS, 2017.**

AUTORA:

Bach. Yalu Raquel Vargas Ramos

ASESOR:

Mg. Erik Martos Collazos Silva

Registro:()

CHACHAPOYAS – PERÚ

2021

Dedicatoria

Este trabajo de investigación quiero dedicárselo a mis padres y familiares, y en especial para mi hijo quienes son mi fortaleza para alcanzar mis anhelados objetivos, por lo que para mí es un orgullo poder ofrecerles este logro y compartir con ellos mi felicidad.

Agradecimientos

Quiero agradecer en primer lugar a la Municipalidad Provincial de Chachapoyas en su persona del Gerente de Desarrollo Económico Ing. Percy Pilco Díaz por la información brindada para el desarrollo del Presente trabajo.

Agradezco a la Asociación de Productores La Cruz de Mayo en especial a su presidente el señor Esteban Santillán Santillán, por la orientación durante el trabajo de campo, sirviendo de enlace entre mi persona y los productores.

Mi agradecimiento especial, al Mg. Erik Martos Collazos Silva, mi asesor, quien me oriento en la parte técnica y metodológica para realizar la presente tesis.

Mi gratitud expresa para todas aquellas personas que me apoyaron en todos los trabajos de campo de gabinete y administrativo, para poder presentar la investigación; de forma muy especial a mi familia, por el apoyo incondicional.

**Autoridades de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de
Amazonas**

Dr. POLICARPIO CHAUCA VALQUI
RECTOR

Dr. MIGUEL ÁNGEL BARRENA GURBILLÓN
VICERRECTOR ACADÉMICO

Dra. FLOR TERESA GARCÍA HUAMÁN
VICERRECTORA DE INVESTIGACION

Mg. RICARDO RAFAEL ALVA CRUZ
**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

Visto Bueno del Asesor de la Tesis



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-K

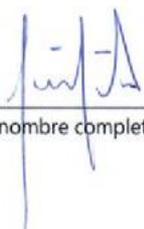
VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM ()/Profesional externo (), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada Floricultura de Exportación como Estrategia de Desarrollo Económico de los Anexos de Taguiza, Maripalé y Opelel Distrito y Provincia de Chachapoyas, Región Amazonas, 2021. ; del egresado Yaly Raquel Vargas Ramos. de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Escuela Profesional de Administración de Empresas. de esta Casa Superior de Estudios.



El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.

Chachapoyas, 24 de Mayo de 2021


Firma y nombre completo del Asesor

Jurado Evaluador de la Tesis

Dr. Carlos Alberto Hinojosa Salazar

PRESIDENTE

Dr. Adolfo Cacho Revilla

SECRETARIO

MsC. Edinson Cueva Vega

VOCAL

Constancia de Originalidad de la Tesis



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-0

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

Los suscritos, miembros del Jurado Evaluador de la Tesis titulada:

Floricultura de Exportación como Estrategia de Desarrollo Económico de los Anexos de Tarma, Maripata y Opolel Distrito, Provincia de Chachapoyas, Región Amazonas, 2017.

presentada por el estudiante () egresado (x) Yaly Raquel Vargas Ramos

de la Escuela Profesional de Administración de Empresas

con correo electrónico institucional Yaluvr.18@gmail.com

después de revisar con el software Turnitin el contenido de la citada Tesis, acordamos:

- La citada Tesis tiene 21 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor (X) / igual () al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- La citada Tesis tiene _____ % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es mayor al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM, por lo que el aspirante debe revisar su Tesis para corregir la redacción de acuerdo al Informe Turnitin que se adjunta a la presente. Debe presentar al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con el software Turnitin.



Chachapoyas, 24 de Mayo del 2021

SECRETARIO
Mg. Adolfo Cacho Revilla

VOCAL
MsC. Edinson Cueva Vega

PRESIDENTE
Dr. Carlos Alberto Hinojosa Salazar

OBSERVACIONES:

.....
.....

Índice del Contenido

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Autoridades de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza.....	iv
Visto Bueno del Asesor de la Tesis.....	v
Jurado Evaluador de la Tesis.....	vi
Constancia de Originalidad de la Tesis.....	vii
Acta de Sustentación de la Tesis.....	viii
Índice del Contenido.....	ix
Índice de Tablas.....	x
Índice de Figuras.....	xi
Resumen.....	xii
Abstract.....	xiii
I. INTRODUCCIÓN.....	14
II. MATERIAL Y MÉTODOS.....	16
2.1 Diseño de la investigación.....	16
2.2 Población muestra y muestreo.....	16
2.3 Métodos, instrumentos y técnicas.....	17
2.4 Procedimiento.....	17
2.5 Análisis de datos.....	17
III. RESULTADOS.....	18
3,1 Caracterización de la producción de flores de Taquia, Maripata y Opelel.....	18
3,2 Análisis de la producción y comercialización de flores de los productores de los anexos Taquia, Maripata y Opelel.	31
3.3 Estrategias para la exportación de flores de los anexos de Taquia, Maripata y Opelel.....	42
IV. DISCUSIÓN.....	75
V. CONCLUSIONES.....	78
VI. RECOMENDACIONES.....	79
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	80
ANEXOS.....	82

Índice de Tablas

Tabla 1. Clasificación Taxonómica.....	20
Tabla 2. Producción de azucenas últimos 05 años.....	30
Tabla 3. Costo de producción por hectárea.....	40
Tabla 4. Ingresos y gastos.....	71

Índice De Figuras

Figura 1. Lugar donde se realizó la encuesta.....	31
Figura 2. Género de los encuestados.....	32
Figura 3. Edad promedio de los encuestados.....	32
Figura 4. Actividades económicas de la población de Taquia, Maripata y Opelel.....	33
Figura 5. Ingresos económicos mensuales de los productores.....	33
Figura 6. Población de Taquia, Maripata y Opelel que cultiva azucenas.....	34
Figura 7. Variedad de las flores en los anexos de Taquia, Maripata y Opelel.....	34
Figura 8. Área de cultivo de la flor azucena.....	35
Figura 9. Cantidad de la cosecha de azucenas por campaña.....	36
Figura 10. Lugar donde comercializa las flores de azucena.....	36
Figura 11. Temporada de la cosecha de azucenas.....	37
Figura 12. Precio de las azucenas por docena.....	37
Figura 13. Calificación de los productores a sus azucenas.....	38
Figura 14. Uso de los ingresos obtenidos de la venta de las azucenas.....	39
Figura 15. Disponibilidad por asociarse para comercializar azucenas.....	40
Figura 16. Voluntad de mejorar la producción con el fin de exportar.....	41
Figura 17. Deseo de los productores de azucenas en ampliar sus terrenos.....	41
Figura 18. Organigrama de la Empresa Exportadora de Flores de Taquia.....	46
Figura 19. Modelo de la cadena de valor para la empresa exportadora.....	53
Figura 20. Flujograma de la producción con proceso cultural.....	54
Figura 21. Segmento de mercados consumidores de flores a EE.UU.....	61
Figura 22. Estados productores de flores en los Estados Unidos.....	62
Figura 23. Países proveedores de flores a Estados Unidos.....	62
Figura 24. Flujograma de distribución del producto.....	67
Figura 25. Canales de Distribución en el país exportador.....	67
Figura 26. Flujograma de envío del producto.....	69

Resumen

La investigación parte de la problemática que los anexos de Taquia Maripata y Opelel, del distrito de Chachapoyas, como parte de la tradición son productores de flores como las azucenas y las palmas, abasteciendo de este producto principalmente al mercado de la ciudad de Chachapoyas; pero que a la fecha esta actividad se ve disminuida debido a la presencia de flores importadas y al desinterés de los productores que están cambiando esta actividad por otras. Por ello que la Investigación se formula la siguiente interrogante ¿De qué manera la floricultura de exportación puede ser una estrategia de desarrollo económico de los anexos de Taquia, Maripata y Opelel distrito y provincia de Chachapoyas región Amazonas, 2018? La investigación se plantea como objetivo general: Diseñar una propuesta de Floricultura de exportación como estrategia de desarrollo económico de los anexos de Taquia, Maripata y Opelel distrito y provincia de Chachapoyas Región Amazonas. La metodología a utilizada fue de tipo explicativa y descriptiva llegando a los resultados, que los floricultores de Taquia Maripata y Opelel tienen problemas de mercado para su producto y a las conclusiones que se llegó fue que la flor predominante en éstos anexos es la azucena o lirio, además existe deficiencias en sus procesos productivos y sus principales compradores son los intermediarios por lo que se plantea un plan de exportación.

Palabras claves: Floricultura, exportación, estrategia, desarrollo económico.

Abstract

The investigation starts from the problem that the annexes of Taquia Maripata and Opelel, of the district of Chachapoyas, as part of the tradition are producers of flowers such as lilies and palms, supplying this product mainly to the market of the city of Chachapoyas; but that to date this activity is diminished due to the presence of imported flowers and the disinterest of the producers who are changing this activity for others. That is why the research asks the following question: How can export floriculture be a strategy of economic development of the annexes of Taquia, Maripata and Opelel district and province of Chachapoyas, Amazonas region, 2018? The research is proposed as a general objective: Design a proposal for export floriculture as a strategy for economic development of the annexes annexed to Taquia, Maripata and Opelel district and province of Chachapoyas, Amazonas Region. The methodology used was of explanatory and descriptive type reaching the results, that the flower growers of Taquia Maripata and Opelel have market problems for their product and the conclusions reached was that the predominant flower in these annexes is the lily or lily, there are also shortcomings in their production processes and their main buyers are intermediaries, so an export plan is proposed.

Keywords: Floriculture, export, strategy, economic development.

I. INTRODUCCIÓN

La floricultura es una manufactura en desarrollo en distintos países del mundo, en particular en aquellos países en vías de desarrollo, como son los países de los continentes de África y América del centro y sur. Dicha actividad se centra en el cultivo de flores, bulbos y plantas ornamentales para su mercantilización. (Comex, 2017). Hoy en día, esta industria enfrenta un período de desafíos debido a las consecuencias de las condiciones económicas. A su vez la demanda se encuentra en estado inerte, mientras que su oferta es abundante, tanto a corto y largo plazo. (Prialé, abril de 2016). Tradicionalmente, su producción se daba cerca de los mercados. Siendo esta, una de las razones por las que países como Japón, Estados Unidos y Alemania son también importantes productores de flores, con el fin de satisfacer su demanda local (Rikkens, 2016).

Dado esto la floricultura abarca aproximadamente 190,000 hectáreas, con un valor que supera los US\$ 16,000 millones. En Holanda posee 7,378 hectáreas. Mientras que en los Estados Unidos se cultivan más de 20 mil hectáreas, y en Japón 17,569 aprox. Sólo en estos tres países se abarca el 50% del valor de la producción mundial, con más del 20% del área (Prialé, abril de 2016).

Debido a que un gran porcentaje de los principales productores atienden su demanda local, estos no son exportadores de flores, trabajo que ha ido quedando dejada para países en vías de desarrollo del hemisferio sur, además de Holanda. Dentro de los países que exportan flores Holanda es el con mayor recurrencia, tanto en volumen como monto exportado. A este le siguen Colombia, Kenia, Ecuador y Etiopía. Pero a su vez, resulta sorprendente como en seis años Etiopía pasó de tener una zona de cultivo de 32 hectáreas a 1,600, realidad que dio como resultado un incremento el monto exportado de € 5 millones a € 145 millones.

En el Perú el número actual de hectáreas que es utilizada para el sembrío de flores y su producción, es incierta. El último censo de floricultores que realizó el MINAG fue en el año 1998. En esta fecha se estableció que había un aproximado de 445 hectáreas dedicadas a la producción de flores, por 3,180 diferentes productores (MINAG, 2017).

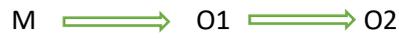
En la región de Amazonas el único lugar en el que se cultiva flores para su comercialización es en la provincia de Chachapoyas en sus anexos de Taquia Maripata y Opelel, sin embargo, no se podría decir con certeza desde cuando

pobladores de Taquia, transportan centenares de ramos de azucenas al mercado central de Chachapoyas. Siendo este establecimiento parvo para la oferta de esta flor más aun cuando existe un excedente en la oferta, por ello en la actualidad la azucena de estos lugares es ofrecido a mercados más grandes como Chiclayo y Trujillo los mismos que son trasladados por los intermediarios generando una gran pérdida para los productores. Por otro lado, es necesario afirmar que en los últimos años la producción de flores se ha visto disminuida debido a diversos factores, siendo uno de ellos la baja en los precios de comercialización y por ende el desinterés de los productores en expandir sus campos de cultivo.

La investigación partió de la pregunta: ¿De qué manera la floricultura de exportación puede ser una estrategia de desarrollo económico de los anexos de Taquia, Maripata y Opelel distrito de Chachapoyas, región Amazonas, 2017?; la hipótesis de la investigación fue que la floricultura de exportación planificada es una estrategia de desarrollo económico, la misma que se contrastó con el desarrollo del informe de tesis. Así mismo, la investigación tuvo como **objetivo general** plantear una propuesta de Floricultura de exportación como estrategia de desarrollo económico local de los anexos de Taquia, Maripata y Opelel distrito y provincia de Chachapoyas región Amazonas; Siendo la hipótesis de la que partió la investigación por otro lado en la investigación se aplicó procedimientos y técnicas de análisis de datos de la floricultura de exportación como estrategia de desarrollo económico local en los anexos de Taquia, Maripata y Opelel; así mismo cabe destacar que la producción de flores es una actividad que se realizó desde épocas ancestrales, incluyendo en esta actividad a los varones y mujeres de los anexos antes mencionados por lo que la investigación pretende revalorar las flores mediante la exportación, de esta forma generar ingresos directos para los productores floricultores. Los objetivos específicos de la investigación fueron: Caracterizar la producción de flores en los anexos de Taquia, Maripata y Opelel, hacer un análisis de la producción y comercialización de flores de los productores de los anexos Taquia, Maripata y Opelel y Diseñar una propuesta de plan exportador de flores de los anexos de Taquia, Maripata y Opelel , los mismos que fueron descritas en el análisis de esta indagación ; finalmente la estructura del informe responde a las normas y títulos de la UNTRM.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1 Diseño de la investigación



M= Muestra

O1= observación de la variable 1

O2= observación de la variable 2

2.2 Población muestra y muestreo

Población:

P1: Productores de flores de los anexos de Taquia, Maripata y Opelel 185

P2: Representantes de las Asociaciones e Instituciones (06)

Muestra

Para establecer el tamaño de muestra se empleará el muestreo estratificado donde se distribuye a la población en diversos subgrupos o estratos. Para después, escoger de manera aleatoria a los sujetos finales de los distintos estratos de manera proporcional.

$$n = n_1 + n_2 + \dots + n_k$$

Donde

$$n_i = n \cdot \frac{O_i N_i}{\sum_{i=1}^k O_i N_i}$$

Siendo n el número de elementos de la muestra, N_i el del estrato y O_i la desviación típica del estrato i.

Según lo estimado se tiene una muestra de: 29 productores para Taquia, 23 para Maripata y 15 para Opelel.

2.3 Métodos, instrumentos y técnicas

Métodos:

Los métodos que fueron empleados en la elaboración de la tesis son:

Inductivo y deductivo: esto permitió articular la información primaria y secundaria en el informe de la tesis y a su vez servirán para la contrastación de la hipótesis en la discusión de la misma que terminarán en una propuesta para la floricultura de exportación en el desarrollo económico local.

Método descriptivo: Esto fue aplicado en la etapa de campo con el objetivo de obtener una pesquisa técnica de las poblaciones de estudio que permitieron conocer el desarrollo económico.

Método analítico: permitió realizar un análisis que es la base de una propuesta adecuada que plantea estrategias para la floricultura de exportación y el desarrollo económico local.

Técnicas:

Las técnicas a utilizadas fueron la observación directa para el trabajo incito con la población objeto de estudio, la entrevista la encuesta para la obtención de datos de los productores y los actores del desarrollo económico.

2.4.Procedimiento



2.5 Análisis de datos

El encausamiento de datos, análisis y redacción del informe se elaboró en la segunda etapa de gabinete empleando métodos como el analítico deductivo e inductivo, y éstos fueron procesados con el software Microsoft Excel donde se cruzaron las variables floricultura de exportación y desarrollo económico local obteniendo tablas, gráfica y figuras.

III. RESULTADOS

3.1 Proceso de producción y productividad de la azucena

Datos Generales de los Anexos

Ubicación y Datos del Centro Poblado de Taquia

Distrito: Chachapoyas

Provincia: Chachapoyas

Región: Amazonas

Ubigeo: 010101

Latitud Sur: 6° 15' 13.3" S (-6.25369828000)

Longitud Oeste: 77° 49' 59.6" W (-77.83323390000)

Altitud: 2600 msnm

Viviendas: 64

Habitantes: 175

Clasificación: Rural

Servicio Educativo

Taquia sí cuenta con Centros Educativos en Programa y Primaria.

Ubicación y Datos del Centro Poblado de Maripata

Distrito: Chachapoyas

Provincia: Chachapoyas

Región: Amazonas

Ubigeo: 010101

Latitud Sur: 6° 15' 26.9" S (-6.25748103000)

Longitud Oeste: 77° 49' 19.4" W (-77.82205777000)

Altitud: 2630 msnm

Viviendas: 40

Habitantes: 160

Clasificación: Rural

Servicio Educativo

Maripata sí cuenta con Centros Educativos en Programa y Primaria.

Ubicación y Datos del Centro Poblado de Opelel

Distrito: Chachapoyas

Provincia: Chachapoyas

Región: Amazonas

Ubigeo: 010101

Latitud Sur: 6° 15' 22.4" S (-6.25622040000)

Longitud Oeste: 77° 49' 6.2" W (-77.81837739000)

Altitud: 2450 msnm

Viviendas: 25

Habitantes: 99

Clasificación: Rural

Servicio Educativo

Opel el cuenta con Centros Educativos en Primaria.

Actividades Económicas

La economía de estas zonas se basa en la producción de flores de azucena (*Lillium candida*), hortalizas (zanahoria, betarraga, repollo, lechugas y hierbas aromáticas), papas y pábulos.

Los agricultores realizan sus actividades de una manera organizada y en las labores distribuyen sus responsabilidades. En su mayoría los varones alistan las tierras y llevan a cabo prácticas culturales de deshierba y aporque, a su vez se responsabilizan de la crianza de animales, mayormente vacunos. Por otro lado, las mujeres están encargadas del ámbito doméstico y la crianza de animales de casa como cuyes y gallinas. De esta forma podemos notar la desigualdad de oportunidades, dado que rangos dirigentes y las gestiones se realizan en su mayoría por los varones, y no se muestra existencia de liderazgo en la mujer.

Caracterización de la azucena

Nombre común: azucena

Nombre científico: (*lilium candidum*)

Encantadora flor que simboliza el candor, la majestuosidad y la pureza dado al color blanco que esta presenta.

Origen

El origen de la azucena se piensa que fue en Asia y América del Norte y tiempo después, se extendió hasta la cuenca del Mediterráneo y continente europeo gracias a su fácil cultivo y a su larga duración de vida cuando la flor no está en su habitad natural.

Tabla 1.

Clasificación Taxonómica.

Nombre científico:	Lilium candidum
Reino:	Plantae
Clase:	liliopsida
Subclase:	Liliidae
Orden:	Liliales
Familia:	Liliaceae
Genero:	Lilium

Características botánicas:

Esta planta presenta un tallo subterráneo bulboso y otro aéreo herbáceo, con abundantes hojas. Flores aparentes, hermafroditas, actinomorfas, y trímeras, situadas en terminación del escapo o tallo herbáceo, presentan un periantio de seis pétalos blancos, libres entre sí. Provistos de nectarios: Androceo formando por seis estambres y gineceo de ovario supero (los demás verticilados se insertan en el receptáculo por debajo de aquel: flores hipógenas) tricarpelar y pluriovulado, el fruto es una capsula de dehiscencia loculicida. Las semillas maduras tienen color pálido.

Morfología de la Planta

Hojas

Son lanceoladas u ovalo - lanceoladas, con dimensiones variables, de 10 a 15 cm de largo y con anchos de 1 a 3 cm, según tipos; a veces son verticiladas, sésiles o pecioladas y, normalmente las basales pubescentes o glabras, dependiendo igualmente del tipo. Paralelinervias en el sentido de su eje longitudinal y de color generalmente verde intenso.

Flores

Esta se encuentra en la parte posterior del tallo, las cuales son de gran tamaño: sus pétalos constituyen un periantio de seis tépalos desplegados o curvados brindando a la flor un rasgo de trompeta, turbante o cáliz. Las cuales se presentan rectas o colgantes. Por otro lado, el color que estos presentan son variados, predominando el blanco, rosa, rojo, amarillo y combinaciones de estos.

Fruto

Es una capsula trilocular con dehiscencia loculicida independiente y está constituido por muchas semillas, aproximadamente unas 200. La semilla es generalmente aplanada larga.

Producción de Azucenas

La azucena o también llamado lirio es una planta la cual posee hojas alargadas, con hermosas flores que pueden brotar hasta 15 botones por planta, su flor tiene la forma de una trompeta. Su floración se da en cualquier estación del año y su uso es sobre todo decorativo el uso de las flores se ven más en los velorios (coronas), asimismo también se utilizan para bodas.

Proceso de la Siembra

La siembra de la azucena tiene una permanencia bajo tierra por un periodo de 2 años. Para realizar la siembra de la azucena la tierra tiene que estar bien preparada en el cual se elaboran surcos con una distancia aproximadamente de 15 centímetros cada uno y la flor va con una distancia de 5 centímetros entre cada planta. Antes de colocar las semillas se echa abono orgánico en

cada hoyo, pues este fertilizante ayudara en el desarrollo óptimo de las azucenas. Posteriormente, se pasa a colocar la semilla donde no se tapa todo del todo ya que el sol ayudara a matar las bacterias producidas por la plaga que últimamente han sido afectando el desarrollo de la planta.

Proceso de cultivo

Para el crecimiento de las plantas los agricultores realizan la fumigación de este cada ocho días, en la cual se utilizan todo tipo de fertilizantes para la plaga. Así como también se realiza la poda o deshierba para que la planta esté libre de las malas hiervas.

La forma de regadío que se utiliza es la mariposa o manguera ya que vienen hacer la más apropiada.

Proceso de cosecha

La cosecha de la azucena se realiza a los seis meses de haber sido sembrado, ya que al tope de este tiempo todas las plantas están en botones y cada ocho días ya se puede cosechar porque la planta ya se encuentra en floración, de la cual por cada planta se puede obtener hasta 15 flores.

Así mismo se puede obtener de 200 a 500 manojos de azucenas de acuerdo al tamaño de la parcela en la cual se ha sembrado.

Variedades

En el anexo de taquia se pueden encontrar hasta tres variedades de azucenas.

✓Granate

✓Amarillo

✓Blanco

Selección

Para la seleccionan de azucenas se tiene en cuenta el tamaño y la calidad de la flor.

Mercado

Las azucenas son vendidas a la ciudad de Chiclayo y en su gran mayoría se comercializa en el mercado principal de Chachapoyas, o así mismo en las florerías.

Venta

El costo de la azucena es de cuatro flores por 5 soles, sin embargo, el precio de este depende a la cantidad de flores.

Especificaciones para la exportación

¿Por qué decidimos exportar?

La exportación hace referencia al comercio de estas fuera de la zona local, con el objetivo que estas sean aprovechadas fuera del país. El cual tiene como fin verse beneficiados con mayores ganancias, como resultado de un aumento en su comercialización de productos, al ser vendidos en un mercado extranjero. Siendo diferentes las razones por la que una empresa decide exportar sus productos, por lo que le daremos a conocer algunas razones para internacionalizarse:

- ✓ Garantizar el éxito de un pedido internacional, esto suele empezar siendo repentino y poco fijo, producto del cual fue conocido por una fuente de mayor alcance (ferias, redes sociales, misiones, web, entre otras).
- ✓ Búsqueda de nuevos establecimientos o centros de venta para incrementar las ganancias y ventas locales, acción que respalda y genera una fuente adicional de ganancias, disminuyendo con esto el riesgo de una pérdida en un solo mercado.
- ✓ Beneficiarse de un incremento de ingresos, debido a la venta de productos con costos más remunerados, asegurando la existencia de la empresa en el largo plazo debido al alargamiento del ciclo de vida de un producto fuera del mercado interno.
- ✓ Comercializar los productos en mercados donde se pueda colocar mayores volúmenes, obteniendo ventajas de los diferentes precios que existen en este, oportunidades comerciales o la poca competencia que puede existir dentro de estos.

- ✓ Aumentar la cantidad de producción, obteniendo un menor precio por los productos en unidades y así sacando ventaja de las instalaciones, a su vez, adaptando sus procesos al mercado internacional convirtiéndose cada vez más competitivos.
- ✓ Ganar competitividad gracias a la experiencia que se adquiere al vender productos en el mercado extranjero, lo que permite dar una mejor calidad de productividad y el mejor desempeño de las personas que dirigen una empresa.

¿Quiénes pueden exportar y qué requisitos necesitan?

- ✓ Todo ciudadano nacional o jurídico tiene permitido exportar señalando su Registro Único de Contribuyente – RUC. En excepción, no requerirán RUC, aquellos ciudadanos nacionales que realizan dicha actividad de manera esporádica, cuyo valor FOB por operación no sobrepase los mil dólares americanos (US \$ 1,000) y siempre que registren como máximo hasta tres (3) exportaciones anuales y los que por primera vez realicen exportaciones cuyo valor FOB no supere los tres mil dólares americanos (US \$ 3,000) De no ser así, los ciudadanos nacionales pueden tramitar personalmente la exportación en la aduana sin usar un agente de aduanas siempre que:
 - ✓ Tengan un RUC.
 - ✓ Cuando el valor FOB de la mercancía no supere los US \$ 2,000. Un requisito indispensable para exportar es obtener el Registro Único de Contribuyentes – RUC. El RUC, único y centralizado de los responsables de los tributos que administra la SUNAT. Aquellos exportadores que obtengan el número de RUC, podrán adquirir la autorización para la emisión de facturas y con ello la exportación de sus productos. Por otro lado, las empresas que se encuentran sujetas al Régimen Único Simplificado y que emiten Boletas de Venta como comprobante de pago, pueden también realizar exportaciones a través del tráfico de envíos o paquetes postales transportados por el servicio postal, del mismo modo las exportaciones definitivas de mercancías, por medio del despacho de exportación. La exportación es un régimen aduanero el cual se centra en la salida de mercancías al extranjero, la cual no implica indispensablemente una venta al exterior, a pesar de que es común que quien exporte sea el

vendedor. ¿Cuáles son las condiciones necesarias para exportar? Las personas o empresas que quieran realizar esta actividad tienen que tomar en cuenta ciertos factores, con la finalidad de evaluar su capacidad exportadora y asegurar el éxito en el proceso:

- ✓ Capacidad de competir en los mercados internacionales, teniendo en cuenta que para esto es indispensable adecuarse a las necesidades extranjeras, incorporando tecnología en el proceso productivo, como también personal capacitado y una gestión acorde a las tendencias y cambios del entorno. Del mismo modo, contar con las condiciones de infraestructura para comunicarse con los clientes extranjeros, tales como Internet, correo electrónico, fax, e indicar una dirección donde pueda ser ubicado permanentemente. Actualmente, el contar con una página web facilita la difusión de los productos, proporciona información de la empresa, permite reducir costos de promoción y, sobre todo, es una manera de hacer negocios. Con ello el alcance de mejores resultados en extranjero, para lo cual es necesario que los profesionales dominen como mínimo el idioma inglés, cosa que permitirá una mayor facilidad de planteamiento de soluciones a posibles problemas, toma de decisiones, optimizar la comunicación, mejorar la visión de la empresa y captar nuevos clientes. Una opción al exportar, es el mecanismo de cooperación entre empresas asociativas el cual permite reducir los riesgos ya que esta es compartida, sin perder la independencia jurídica y autonomía gerencial con el fin de alcanzar un objetivo común, lograr la mejora de la productividad y competitividad, de la capacidad de negociación, reducir costos, acceder a información de mercados, entre otras cosas.
- ✓ Tener productos o servicios competitivos en calidad y precio, a su vez que estos cumplan con los requisitos de venta en cualquier mercado, con respecto a calidad y precio, para lo cual es necesario que los materiales sean considerados en cuanto a la observancia de estándares internacionales, sistemas de gestión y aseguramiento de calidad, a su vez que dichos productos cuenten con algún elemento de fabricación único que haga que este se diferencie del resto, el cual aporte más en rendimiento, propiedad o utilidad.

- ✓ Contar con acceso a información necesaria, conocer las tendencias de los consumidores, cadenas de distribución, procedimientos, regulaciones, entre otros y gracias a ello puedan ser capaces de ajustarse a otras culturas, de este modo, reduciendo obstáculos que se presenten a la hora de exportar.
- ✓ Planificar asuntos de exportación. Para esto es recomendable realizar un plan de mercadeo internacional, en el que se incluya los objetivos de exportación, estrategias que deberán realizarse para introducir, penetrar y consolidarse en los mercados elegidos. A su vez, es necesario contar con la información de los productos ofrecidos y las características del mercado objetivo.
- ✓ ¿Cuáles son las consideraciones previas que se deben analizar antes de exportar? Esta representa el final de la etapa del proceso de colocación de mercancías nacionales en el mercado internacional, resultado de un conjunto de operaciones emprendidas por el exportador, dentro de las que se encuentran:
 - ✓ Estudios de mercados exteriores.
 - ✓ Conocimiento de su demanda externa.
 - ✓ Condiciones para el ingreso al extranjero.
 - ✓ Tratativas para la venta al exterior.
 - ✓ Financiamiento.
 - ✓ Producción en donde el requerimiento de insumos adecuados constituye un elemento primordial.
 - ✓ Subcontratación de empresas de servicios de producción.
 - ✓ Obtención de estándares adecuados de calidad.
 - ✓ Embalaje.
 - ✓ Conservación del producto, Presentación y acondicionamiento para el transporte, etc. En ese sentido, para que una exportación sea una actividad permanente, eficiente y rentable se debe tener en cuenta las siguientes consideraciones:
 - ✓ Se tiene que contar con una capacidad de producción necesaria y eficiente con el objetivo de exportar con la continuidad y cumplimiento en los plazos y condiciones acordados con el cliente.

- ✓ Analizar el mercado en el que se planea operar, con el objetivo de evaluar sus posibilidades comerciales en el presente y en el futuro.
- ✓ Analizar los canales de mercantilización existentes.
- ✓ Comprender los regímenes aduaneros e impuestos vigentes, así como las disposiciones sobre calidad, embalaje, rotulado y aspectos sanitarios del respectivo mercado.
- ✓ Comprender los mecanismos tributarios y aduaneros que benefician a los exportadores.
- ✓ Emplear la comunicación y el idioma que facilite la comunicación.
- ✓ Emplear representantes en el extranjero a personas que realmente tengan conocimientos del negocio a fin de tener acceso a los consumidores.
- ✓ Calcular cuidadosamente los precios de los productos de exportación.
- ✓ Confeccionar folletos y catálogos de promoción de venta de las mercancías en el extranjero, el cual tiene que estar en sincronía con el mercado.
- ✓ Dicho producto debe contar con una calidad y adecuado precio, así como un abastecimiento continuo a fin de lograr la calidad total del producto.

Naturaleza del Desarrollo Económico Local

El desarrollo económico local:

- ✓ Tiene que ser una parte principal de todo plan de desarrollo integral de dicha comunidad.
- ✓ Esta hace mención a procesos de acumulación de capital en ciudades, municipios o regiones concretas.
- ✓ Incentivar la expansión democrática de la misma y la promoción de empleo y combatir la escases de recursos de los pobladores de su región.
- ✓ Algunos factores que permitirán avanzar en esa dirección son:
- ✓ Dirigir la gestión a políticas sociales, intervenir en la economía local, es decir, promover el abastecimiento de puestos de trabajo por ciudadanos locales e incitar a la producción local.
- ✓ La disponibilidad de personas laboradoras suficientemente calificadas para los trabajos asignados, Capacidad empresarial fuertemente articulada a la tradición productiva de la localidad

- ✓ Una comunidad atenta a las innovaciones y al cambio, para favorecer el crecimiento y acumulación del capital en los sistemas productivos de la comunidad regional.
- ✓ Si bien es cierto la adquisición de la tecnología es muy necesaria, sin embargo, esta no es nada sin la capacidad de creación innovadora del sistema productivo de cada comunidad. Las empresas viendo los desafíos y nuevas problemáticas que surgen en el entorno se ven obligadas a incrementar e introducir innovaciones en sus productos o servicios, lo que genera modificaciones cualitativas en el propio sistema y propicia la dinámica de desarrollo. (Enríquez, 2017)

Agentes y actores del desarrollo económico local

Una vez identificadas las implicaciones del desarrollo económico regional, es necesario reflexionar sobre quiénes están llamados a ser los actores locales los cuales deben impulsarlo. En una comunidad podemos encontrar diferentes actores vinculados con las dinámicas económicas. Entre ellos: (Enríquez, 2017)

- ✓ **Los gobiernos locales.** Considerando diversos factores, estos tendrían que ser los encargados del liderazgo y los procesos de DEL.
- ✓ **Las empresas:** micro, pequeña, mediana, y grande y de todo tipo (producción, comercio y servicio)
- ✓ **Centros de formación y/o capacitación.** Para sacar el máximo provecho de las potencialidades que ofrecen los diferentes territorios debe existir un capital humano idóneo a las exigencias del territorio.
- ✓ **El gobierno central.** Necesita su intervención en áreas y aspectos estratégicos, sobre todo en la creación de condiciones físicas del territorio apropiadas al desenvolvimiento económico de la región.
- ✓ **La sociedad civil organizada:** Siendo el crecimiento económico la orientación de una visión estratégica de desenvolvimiento, ésta debe de haber sido construida aceptando las opiniones de todos los integrantes de aquella región, dentro de los cuales la población organizada en distintas expresiones es uno de los primordiales y también otras instituciones de la ciudadanía como las ONG, que pueden ser variadas y en ocasiones

representan un apoyo importante para las localidades en términos financieros y técnicos. (Enríquez, 2017)

Azucenas en Taquia Chachapoyas

No se puede decir con exactitud el origen desde que las mujeres de Taquia, llevan centenas de ramos de azucenas al establecimiento en el que se venden. Siendo actualmente, ese mercado muy pequeño para la oferta de esta flor que llena las habitaciones de los hogares o locales en las que estas se encuentran con su tan agradable fragancia. Mercado que ha permitido en la actualidad, que la azucena sea trasladada a ciudades más grandes como Chiclayo y Trujillo para que se consuma y se prolongue el nombre de Amazonas y Chachapoyas en particular. (Gran Enciclopedia Turística del Perú, 2017).

Sus características:

El nombre científico de esta es *Lilium spp*, también conocida como Martagón. De género *Lilium*, teniendo esta unas 100 especies. Las azucenas con mayor particularidad son las que poseen flores de pétalos blancas he híbridos producidos por cruzamientos de diferentes especies, las cuales con su sola presencia capturan la atención debido a sus colores llamativos que varían de rojo a amarillo. Los pétalos de sus flores tienen similitud de una trompeta, irradiando con su exquisita fragancia, en especial por las noches. Son de hojas muy anchas que aparentan ser artificiales. Un dato curioso que afirman muchos investigadores, es que propaga tal fragancia peculiarmente exquisita cuando está por terminar su ciclo de vida. (Gran Enciclopedia Turística del Perú, 2017).

Taquia la tierra de las azucenas

Las características de su suelo, en particular en la localidad de Taquia provincia de Chachapoyas es donde crecen miles de esta especie de flor que después de seis meses produce una fragancia muy agradable y es llevada a los mercados locales y nacionales. Teniendo Taquia una población muy reducida. En la cual la totalidad de sus pobladores se dedican a la agricultura y, en su gran mayoría estos producen azucenas. Frente al crecimiento de su demanda, en la actualidad en la localidad de Taquia existen aproximadamente unas 10 hectáreas centradas en cultivo de azucenas, que si fuese la instalación de un

sistema de riego por goteo y propietarios que incrementaran tecnología, estoy seguro que la producción de azucenas incrementaría en gran cantidad y con ello los ingresos de los pobladores. A su vez, si las autoridades regionales se propusieran en realizar la carretera Taquia, Maripata a Mito, la frontera agrícola para la floricultura aumentaría considerablemente para el beneficio de nuestra economía local. (Gran Enciclopedia Turística del Perú, 2017).

Historial de producción de azucenas en los últimos 05 años de los Anexos de Taquia, Maripata y Opelel.

Tabla 2.

Producción de azucenas últimos 05 años

Año	Producción en docenas	Precio unit. en S/.	Precio total
2014	1500	7.50	11,250.00
2015	1650	7.50	12,375.00
2016	1850	7.50	13,875.00
2017	1725	7.50	12,937.50
2018	1950	7.50	14,625.00

Fuente: Asociación de Productores Cruz de Mayo.

El Festival

Entre el 21 y 23 de setiembre, con el inicio de la primavera, fue organizado el festival de la azucena en la localidad de Taquia (que antiguamente era una hacienda), donde el CTUR Amazonas y la comunidad han compartido experiencias e ideas para lanzar al Perú este evento, en el cual se puede admirar el proceso de la producción de esta planta, degustar los típicos platos gastronómicos de la cultura chachapoyana y ver sus usos, costumbres y formas de vida de esta comunidad pequeña como Taquia, que se niega obedecer los procesos de globalización y que desea compartir con todos, su mayor riqueza: La floricultura.

En la actualidad, la ciudad de Chachapoyas varía sus olores y sabores. En toda la ciudad puedes percibir el olor a azucena. Esa flor del candor y que es una fascinación para los hombres que se remonta siglos atrás y que se dice fue la flor de los reyes como Salomón. (Gran Enciclopedia Turística del Perú, 2019).

Este festival tendrá la continuidad con el apoyo de las instituciones sectoriales involucradas en el desarrollo y promoción turística. Año a año será motivo también de visitar esta tierra, que cada vez ofrece nuevas alternativas y perspectivas de crecimiento. (Gran Enciclopedia Turística del Perú, 2017).

3.2 Análisis de la producción y comercialización de flores de los productores de los anexos Taquia, Maripata y Opelel.

Resultados de la encuesta dirigida a los pobladores

Perfil Socioeconómico del productor

Figura 1.

Lugar donde se realizó la encuesta.



De acuerdo a lo que muestra la figura se ve que el 50 % de los encuestados pertenecen al anexo de Taquia, el 30 % corresponden al anexo de Maripata y el 20% pertenecen al anexo de Opelel. Esto se debe debido a la proporción muestral y tamaño de la población, siendo esta mayor en Taquia que en Maripata y Maripata más que Opelel.

Figura 2.

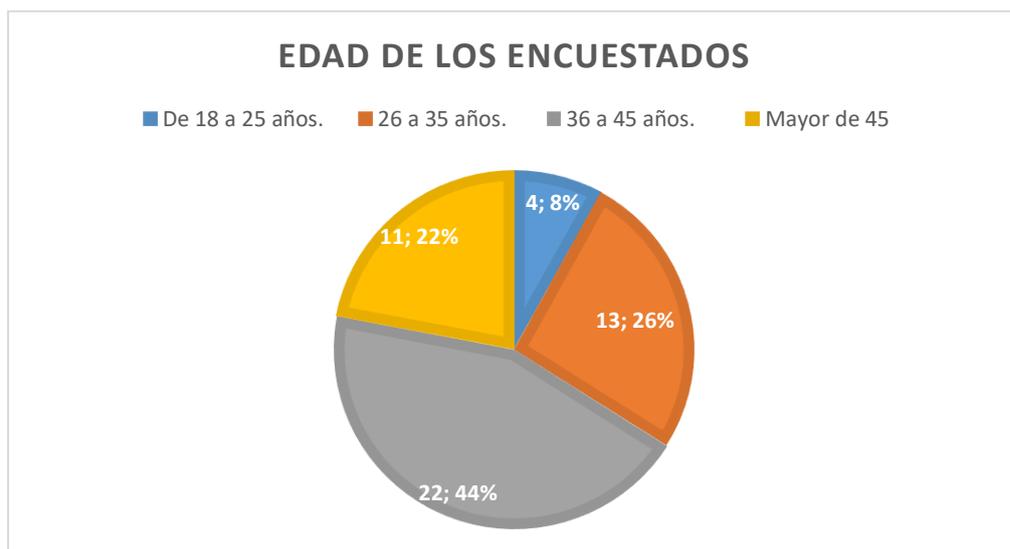
Género de los encuestados.



Del total de los encuestados el 56 % fueron masculinos y el 44 % pertenecieron al género femenino. Esto se debe a que la encuesta fue hecha en campo y por cultura se sabe que la mayor parte que se encargan a la labor agrícola son los varones.

Figura 3.

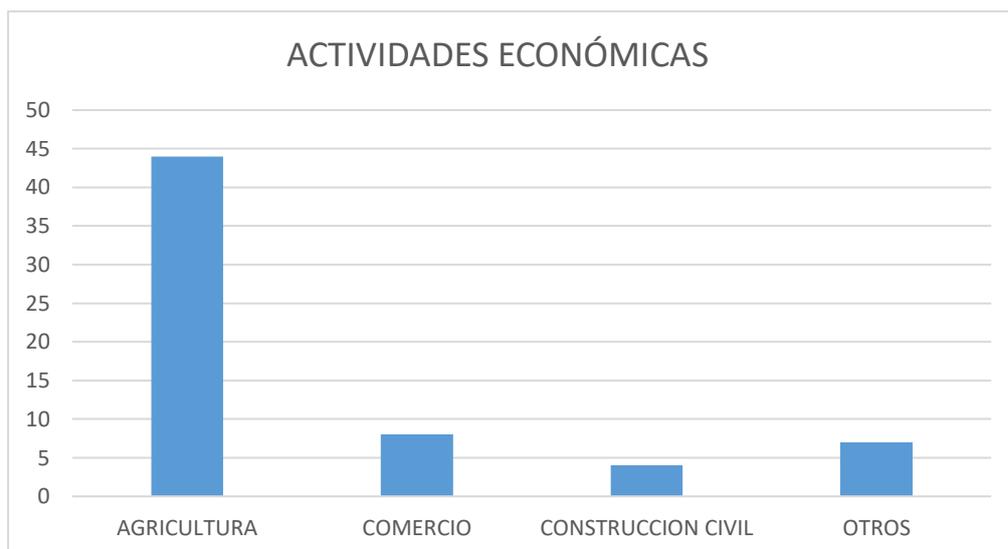
Edad promedio de los encuestados.



La mayor parte de los encuestados pertenecieron al promedio de edad entre los 36 a 45 años con un 22, 44 %, seguido de 26 a 35 años con un 13 %, mayores de 45 años fueron un 11,22 % y entre los 18 a 25 años fueron sólo el 4,8 %. Así no como se puede apreciar en la figura 03.

Figura 4.

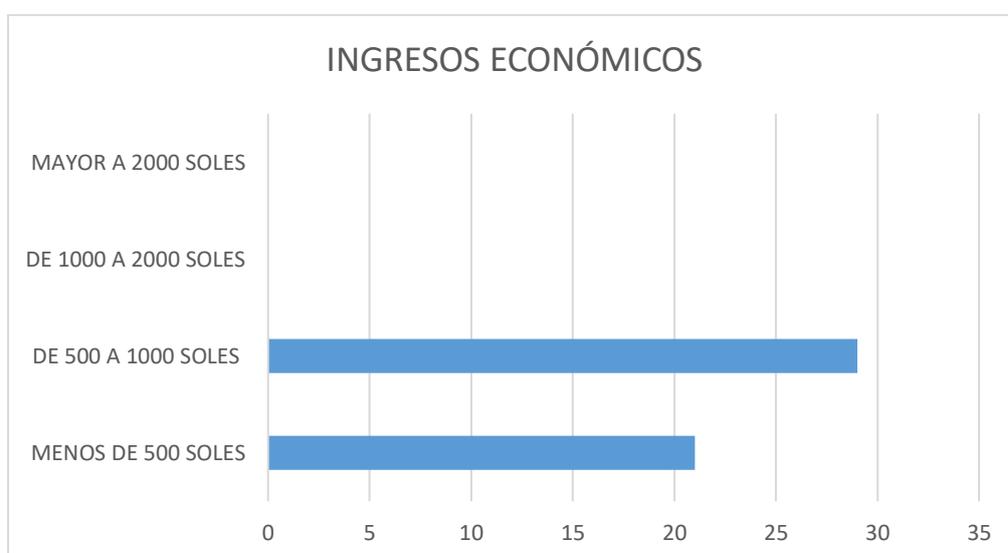
Actividades económicas a las que se dedica la población encuestada de Taquia, Maripata y Opelel.



Como se aprecia en la figura 04, los pobladores de los anexos que formaron parte del estudio fueron en su mayoría agricultores en un 88 %, seguido de comerciantes con un 16 %, construcción civil con un 8 % y otros con un 15 %; dentro de este grupo destacan las amas de casa.

Figura 5.

Ingresos económicos mensuales de los productores de flores (azucenas).



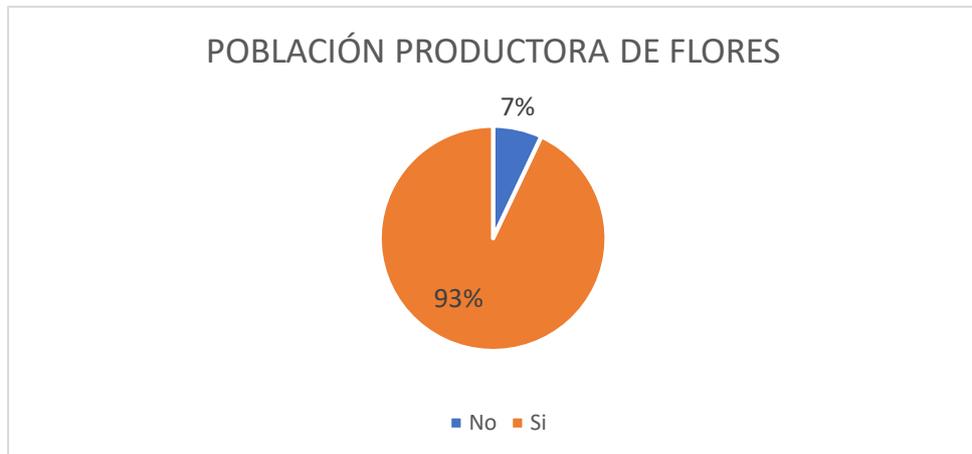
Los floricultores de Taquia, Maripata y Opelel tienen en su mayoría ingresos económicos entre 500.00 a 1000.00 soles en un 58 %, seguido de quienes perciben menos de 500.00 soles al mes con 42 % y no encontramos productores que perciban más de 1000.00 soles al mes; por lo que se puede

apreciar que los ingresos están fluctuando solo como una remuneración mínima vital; como se lo aprecia en la figura 05.

Relacionado a la Producción de flores (azucenas).

Figura 6.

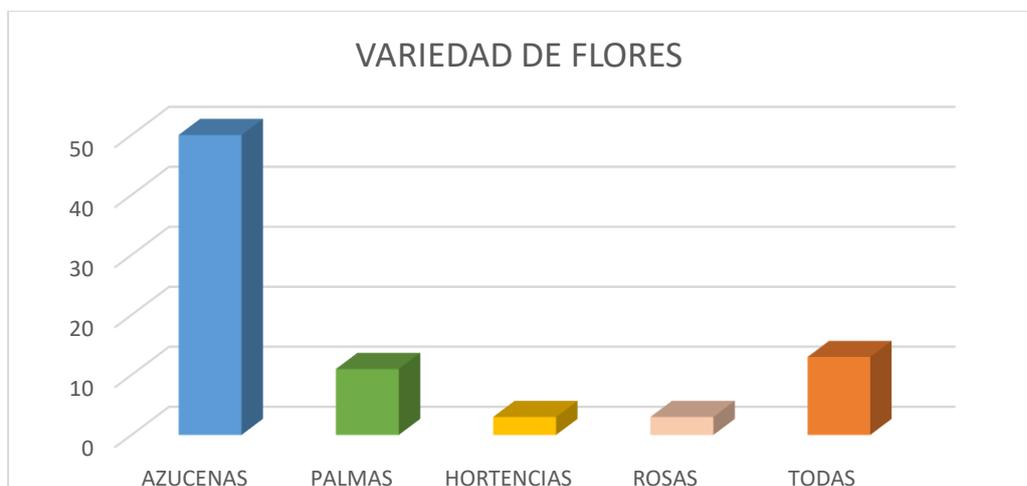
Población de Taquia, Maripata y Opelel que cultiva azucenas.



Como se puede observar en la figura 06, sobre si las personas de Taquia, Maripata y Opelel cultivan la flor azucena u otras flores, un 93% de personas respondieron que sí y 7% de personas respondieron que no y que el principal factor por lo que no lo hacen es debido a la presencia de plagas.

Figura 7.

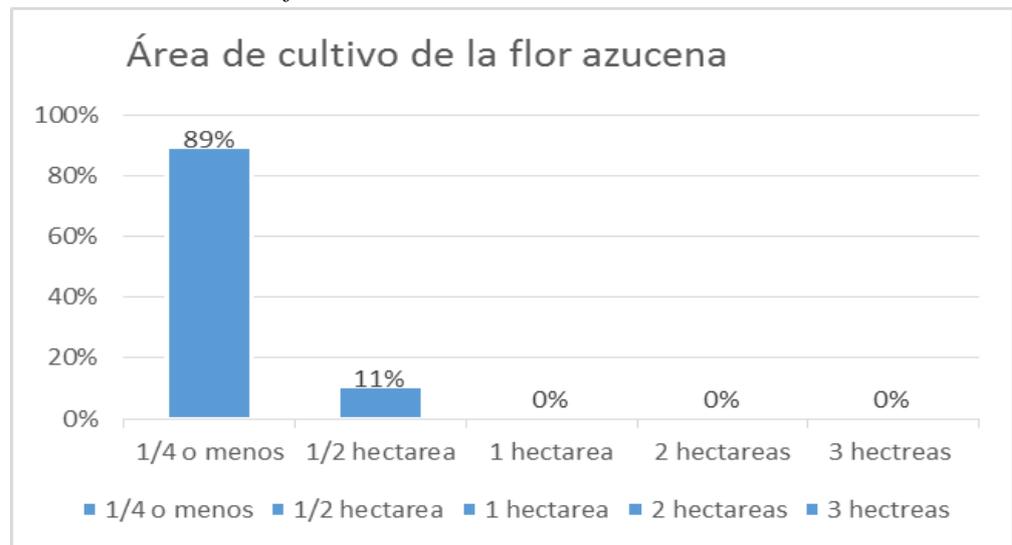
Variedad de las flores que se cultivan en los anexos de Taquia, Maripata y Opelel.



En la figura 07 se muestra a cuatro variedades de flores que se cultivan en los anexos de Taquia, Maripata y Opelel; donde destaca la flor azucena ya que el 100% de los encuestados contestaron que cultivan, azucenas; seguido de la repuesta que ellos cultivan las cuatro variedades, pero en una menor escala como son: las palmas, las hortensias y las rosas. Por otro lado, se debe destacar que la producción de palmas es otro porcentaje representativo con un 18 % que sigue a las azucenas; pero en menor escala de áreas de cultivo, las hortensias representan el 3 % al igual que las rosas.

Figura 8.

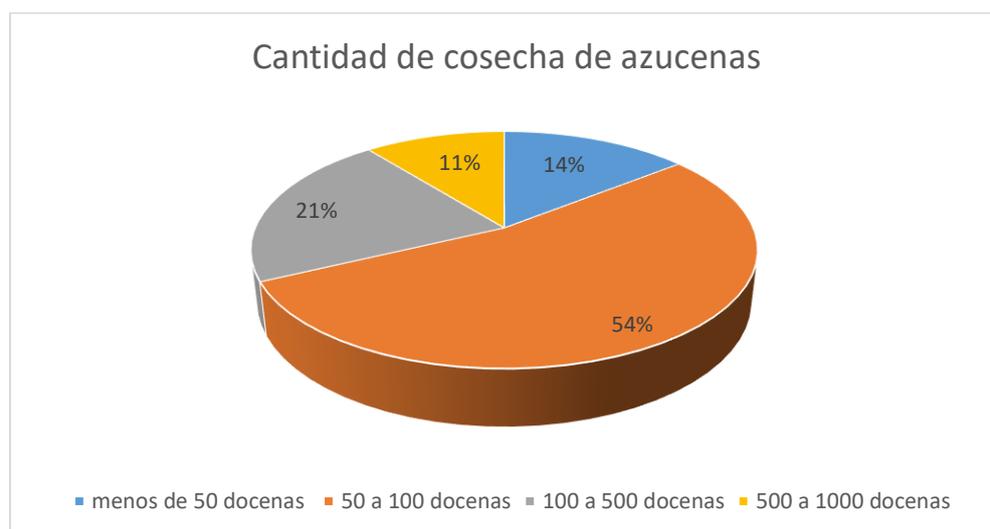
Área de cultivo de la flor azucena.



Con respecto a los datos que muestra la figura 08 sobre, ¿Cuánto de área cultivan de flor azucena? Un 89% de personas indicaron que cultivan $\frac{1}{4}$ o menos de hectárea, un 11% de personas, afirmaron que cultivan $\frac{1}{2}$ hectárea de azucenas y para los demás casos que son mayores a una hectárea el gráfico nos muestra un 0%; de lo que se puede determinar que las áreas de cultivo son muy pequeñas.

Figura 9.

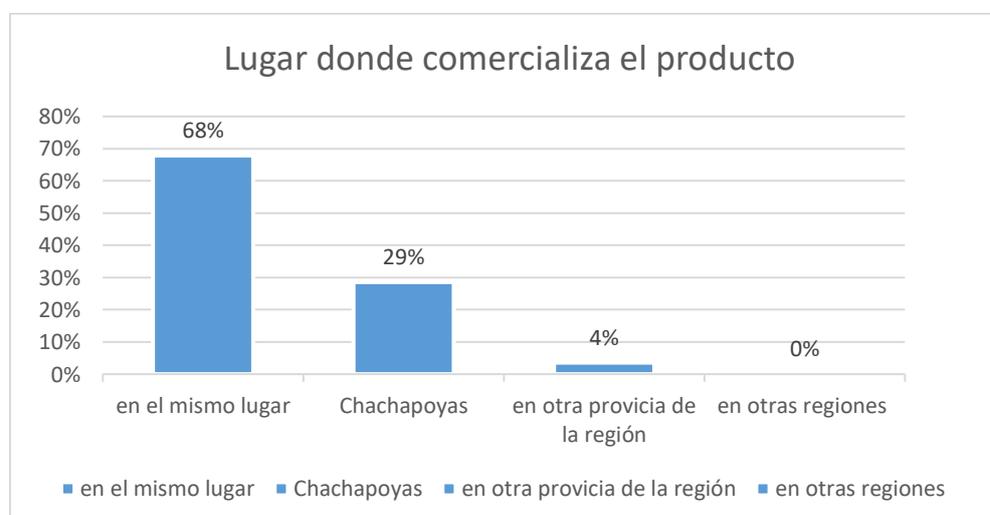
Cantidad de la cosecha de azucenas por campaña.



Respecto a la cantidad de azucenas cosechadas por campaña, la figura 09 muestra, que los productores en un 54 % cosechan en promedio de 50 a 100 docenas, mientras que un 21 % cosechan entre 100 a 500 docenas, seguido de un 11 % de productores que manifestaron que cosechan en promedio de 500 a 1000 docenas y finalmente un 14 % de productores considera que su cosecha es menor a las 50 docenas. Cabe mencionar que la producción está determinada en función al área de cultivo.

Figura 10.

Lugar donde comercializa las flores de azucena.

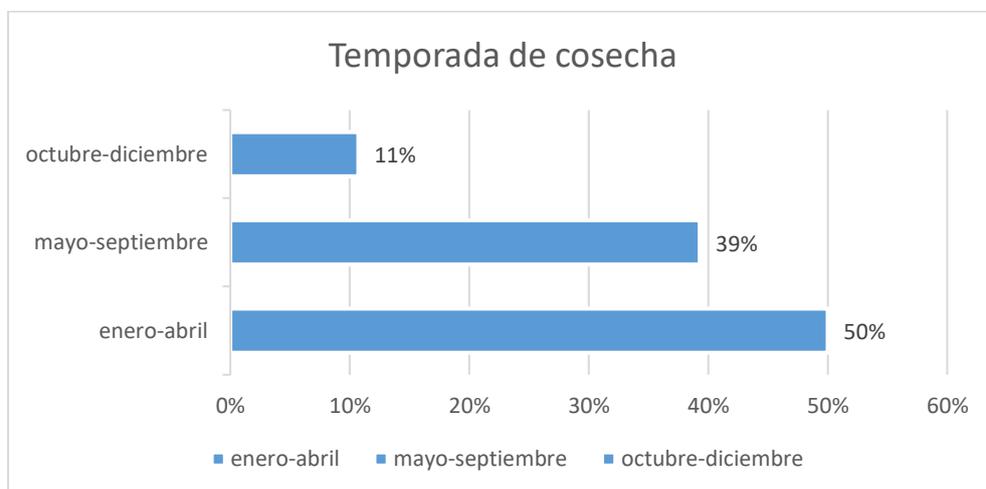


De acuerdo al lugar donde se comercializa el producto los productores de azucena contestaron en un 68% que éste lo venden en el mismo lugar a los

intermediarios que llegan a comprarles en la misma chacra, un 29% de personas afirmaron que comercializan las flores en Chachapoyas, otro 4% de personas señalaron que las venden en otras provincias de la región y un 0% en otras regiones, lo referido se aprecia mejor en la figura 10.

Figura 11.

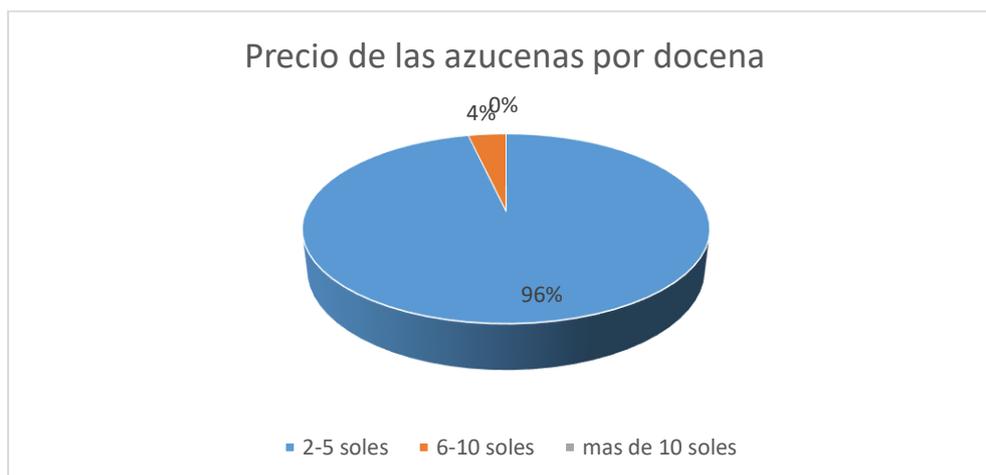
Temporada de la cosecha de azucenas.



La figura 11 muestra la temporada del año en que se cosechan las azucenas en los anexos de Taquia, Maripata y Opelel, donde se aprecia que los productores manifestaron que sus cosechas son en tres etapas la más grande con un 50 % son recolectados a principios de año es decir de enero a abril, otro 39 % de productores cosecha en los meses de mayo a setiembre y solo un 11 % de la producción es en los meses de octubre a diciembre.

Figura 12.

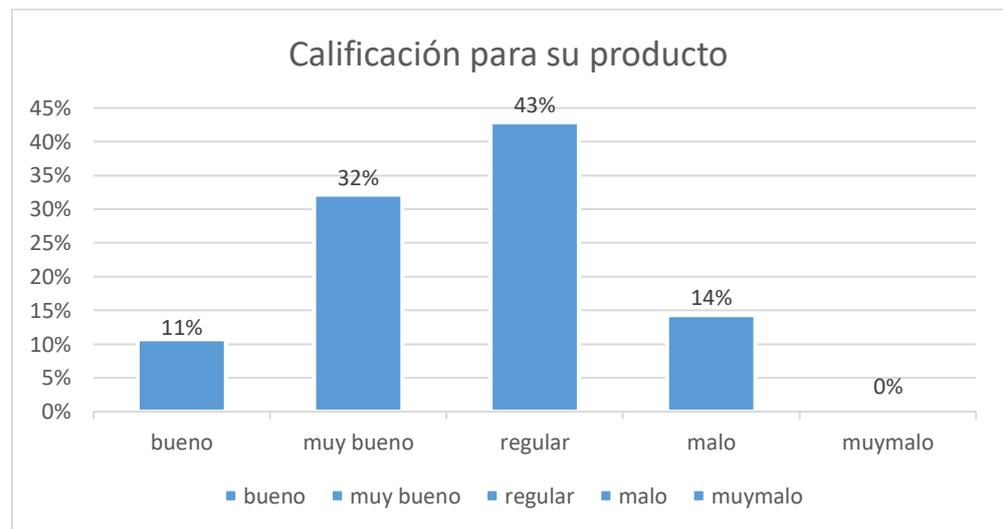
Precio de las azucenas por docena.



El precio que pagan los compradores por las azucenas oscila de 2 soles a 5 soles, tal como lo muestra la figura con un 96 % del total de encuestados, sin embargo, esta también nos muestra que existe un 4 % que vende el producto entre 6 soles a 10 soles; y ningún productor contestó que venden este producto a más de 10 soles; lo que demuestra que el producto se está vendiendo a un precio no óptimo; tal como se aprecia en la figura 12.

Figura 13.

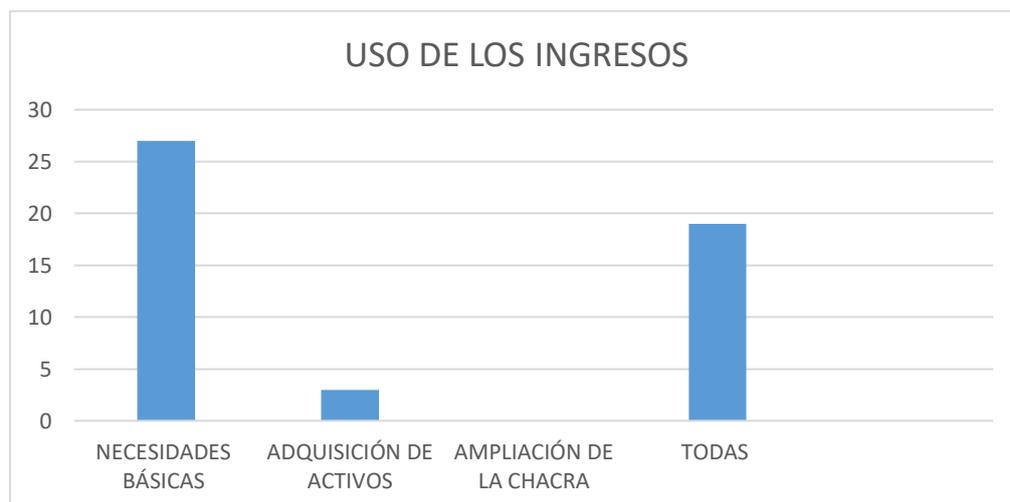
Calificación de los productores a sus azucenas.



De acuerdo a lo que se aprecia en la figura 13, los productores de Taquia, Maripata y Opelel, en un 43 % califican a su producto como regular, un 32 % califican que es muy bueno, 14 % califica como malo, 11 % lo califica como bueno y ninguno opinó que su producto sea muy malo; esto hace ver que su calificación es en su mayoría regular, esto se debe a que el producto representa su principal ingreso económico para su anexo.

Figura 14.

Uso de los ingresos obtenidos de la venta de las azucenas.



La distribución de los ingresos obtenidos de la venta de sus azucenas los productores lo destina a la satisfacción de sus necesidades básicas, un 56 % de los ingresos obtenidos, otro porcentaje se destina para mejorar sus activos en un 7 %, y un grupo significativo de 36 % contestó que lo destina para las tres actividades de forma equitativa de acuerdo a lo planteado en el estudio; finalmente se puede ver que el 0 % de los encuestados lo destina a ampliar su área de cultivo; como se aprecia en la figura 14.

Inversión por hectárea de producción de azucenas

Como se puede apreciar en la tabla siguiente la mayor inversión para la producción de azucenas, lo representa el precio de la semilla, el mismo que es muy apreciado por estar escaso y encontrarse casi extinto, seguido de la preparación del terreno el cual está valorado en un terreno que antes no ha tenido cultivo alguno, siendo el menor costo el riego, ya que este solamente es valorado el equipo de riego y las mangueras; sin embargo el costo del agua es cero ya que en los anexos no se cobra por este servicio.

Tabla 3.

Costo de producción por hectárea.

CONCEPTO	UNIDAD MEDIDA	CANT.	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
SEMILLA	Quintal	2	500.00	1000.00
PREPARACIÓN DE TERRENO	Jornal	30	30.00	900.00
DESHIERBA	Jornal	10	30.00	300.00
RIEGO POR ASPERSIÓN	Equipo	4	50.00	200.00
COSECHA	Jornal	10	30.00	300.00
PRECIO TOTAL EN S/.				2700.00

Fuente: Asociación de productores agropecuarios Cruz de Mayo

Relacionado a la exportación de la azucena.

Figura 15.

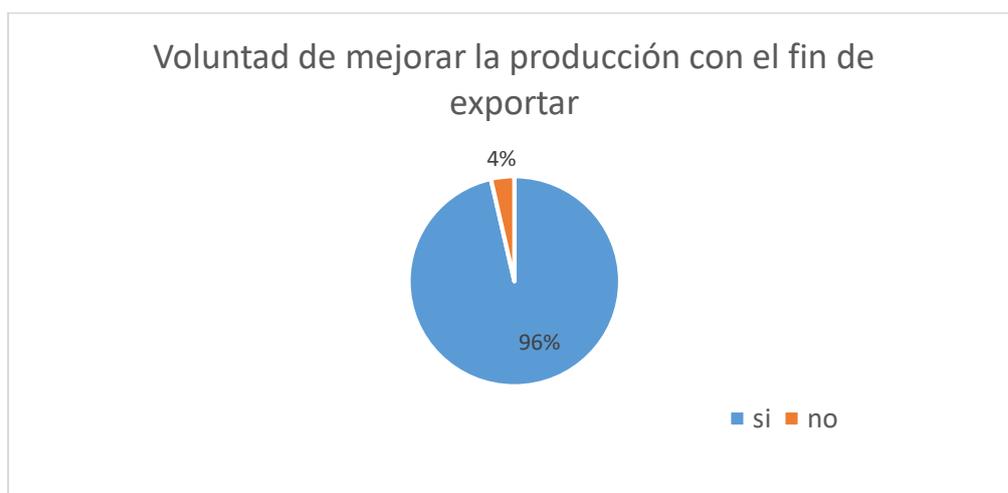
Disponibilidad por asociarse para la comercialización de azucenas.



De acuerdo a la información que nos muestra la figura 15; sobre la disponibilidad de asociarse o agruparse para comercializar la azucena se observa que, el 100% de personas encuestadas indicaron si estarían dispuestos, por lo que se puede deducir que existe interés de acceder a mercados más grandes y competitivos.

Figura 16.

Voluntad de mejorar la producción con el fin de exportar.



La figura 16 muestra la voluntad que tiene la población por exportar su producto donde se aprecia que el 96 % de los encuestados está de acuerdo con exportar, y por ende en el mejoramiento de la productividad, mientras existe un número más reducido que representa el 04 % que no está de acuerdo.

De esto se deduce que ante una posible propuesta de exportación de las azucenas se tendría aceptación de los productores y una participación activa; así como deseo de mejorar la calidad.

Figura 17.

Deseo de los productores de azucenas en ampliar sus terrenos de cultivo.



Como se aprecia en la figura 17, el 100 % de los encuestados tienen deseos de ampliar sus chacras de azucenas; todo esto siempre y cuando se le asegure el mercado donde pueda comercializar su producción.

3.3 Estrategias para la exportación de flores de los anexos de Taquia, Maripata y Opelel.

Plan exportador

Diseño del Producto

Descripción detallada del portafolio de productos que utiliza la Empresa.

Objetivos del plan

Orientar todas las acciones que se debe de seguir para orientar de forma genérica y luego de manera específica dese el momento en que se decide emprender un negocio, teniendo en cuenta aspectos sobresalientes como lo es el plan de marketing.

Objetivos

Para orientar nuestra exportación a Norte América se tiene:

- ✓ Proyectar las ventas desde el primer año que sean superiores al millón de dólares y posterior a este deben de incrementar en un 15 %.
- ✓ La proyección de cubrir el mercado a nivel de norte América debe ser en un 10 %, sin embargo; siempre debemos estar diseñando estrategias tanto de producción como de comercialización a fin de que el incremento sea constante a lo menos en un 1 %.
- ✓ Hacer del producto que se ofrece cumpla los estándares de calidad exigidos por los mercados compradores de nuestra azucena.
- ✓ Diversificar la oferta de azucenas mediante la producción e introducción de nuevas variedades como es el caso de la palma, las hortencias y las cucardas; toda vez que estas producen en fechas diferentes a las de las azucenas.
- ✓ Mejorar constantemente las presentaciones del producto de azucenas a fin de que sea reconocido en el mercado como un producto innovador; así mismo capacitar a los pobladores o productores a fin de que mejoren su presentación personal y puedan asistir a las ferias como un producto diferenciado.
- ✓ Proporcionar capacitación y adquirir un incremento de población de un 80% del total de los agricultores de Taquia, Maripata y Opelel, por medio de visitas en las redes sociales, esto con la finalidad de dar a conocer las

- virtudes de nuestros productos y las promociones que se ofertan, logrando así tener clientes seguros y por otro lado tener productores comprometidos.
- ✓ Lograr la organización y formalización de los productores de los anexos de Taquia, Maripata y Opelel.

Planes de Acción

Para incrementar las ganancias, el negocio se expandirá de manera internacional y con ello tratar de alcanzar a más personas y a su vez visitar a potenciales clientes, y con los nuevos reafirmar la asociación

Organización

Tipo de empresa

De acuerdo a la ley de sociedades y después de haber hecho el análisis correspondiente de los beneficios y los inconvenientes se ha visto como estrategia la creación de una Sociedad anónima Cerrada (SAC); para mayor detalle se presenta las características de este tipo de sociedad:

- a) El límite máximo de accionistas o socios de 20.
- b. Las acciones no pueden estar inscritas en el RPMV, lo cual permite que esta sea reservada a un pequeño conjunto de individuos.
- c. Las acciones no pueden ser traspasadas con facilidad por lo que existen ciertas restricciones.
- d. Los directorios en este tipo de sociedad no son obligatorios.
- e. Para poder asistir a las Juntas de accionistas estas, son citadas mediante correo, fax, teléfono u otro medio; además se procede de igual forma ante la primera como la segunda convocatoria.
- f. El encargado de hacer las convocatorias para la asamblea de accionistas está a cargo del administrador.
- g. Los socios responde de acuerdo a la cantidad de acciones o aportes que tengan en la empresa.
- h. Las reuniones se realizan para designar los siguientes cargos.
 - ✓ Junta General de accionistas
 - ✓ El directorio
 - ✓ Designar al Gerente de la Empresa
- i. Competencias de la Junta General
 - ✓ Verificar la aprobación de la gestión social.

- ✓ Emplear y manejarla utilidades.
- ✓ Seleccionar a los integrantes del directorio
- ✓ Cambiar el estatuto social.
- ✓ Analizar el balance del capital.
- ✓ Imputar deberes.
- ✓ Programar fiscalizaciones y rendiciones de cuentas
- ✓ Poner fin a la sociedad o transformarla de ser el caso.

j. Las obligaciones del directorio están relacionadas a la representatividad y la administración de la empresa o sociedad.

Constitución de la sociedad

Para su constitución debe ser un acto único cuyo fin es la elaboración de los estatutos y reglamento interno de la sociedad, en este se plasma:

Estatuto:

- a. El nombre de la sociedad.
- b. El objeto social
- c. El domicilio fiscal de la sociedad
- d. La duración
- e. el capital social y la distribución de acciones; así como el valor de estas.
- f. La clasificación de las acciones, así como los derechos a los que son beneficiario los poseedores las acciones.
- g. Los órganos de la empresa y sus respectivos regímenes
- h. establecen los requisitos para la modificatoria de los estatutos y los reglamentos internos, de otro lado se establece los momentos y los requerimientos para el incremento del capital social.
- i. las diferentes acciones que se deben de realizar en beneficio de la organización.
- j. Las condiciones para el reparto de utilidades
- k. las formas y causales para ser disuelta la organización

Pacto Social:

- a. Datos primordiales de identificación de los fundadores.

- b. Se debe de redactar el deseo de los accionistas o socios por constituir la empresa.
- c. Las divisiones de las diferentes acciones
- d. Manera en la que el capital es pagado
- e. Las modalidades dinerarias o no dinerarias de las aportaciones de los accionistas de la empresa.
- f. El registro de datos de todos los encargados de la administración de la empresa
- g. Las cláusulas del estatuto que entra en vigor.

Diseño de la organización

A) Objetivo

El diseño de la estructura de la empresa es determinar las líneas de acción y de mando de la organización, por otro lado, conocer la relación que debe existir entre las diferentes áreas que conforman la empresa.

B) Estructura general

La empresa floristería es una empresa mixta, puesto que brinda diferentes productos y servicios relacionados a la floricultura de exportación, por tanto, se debe de priorizar en la calidad y para ello se hace necesario contar el personal capacitado y suficiente, que puedan realizar esta labor.

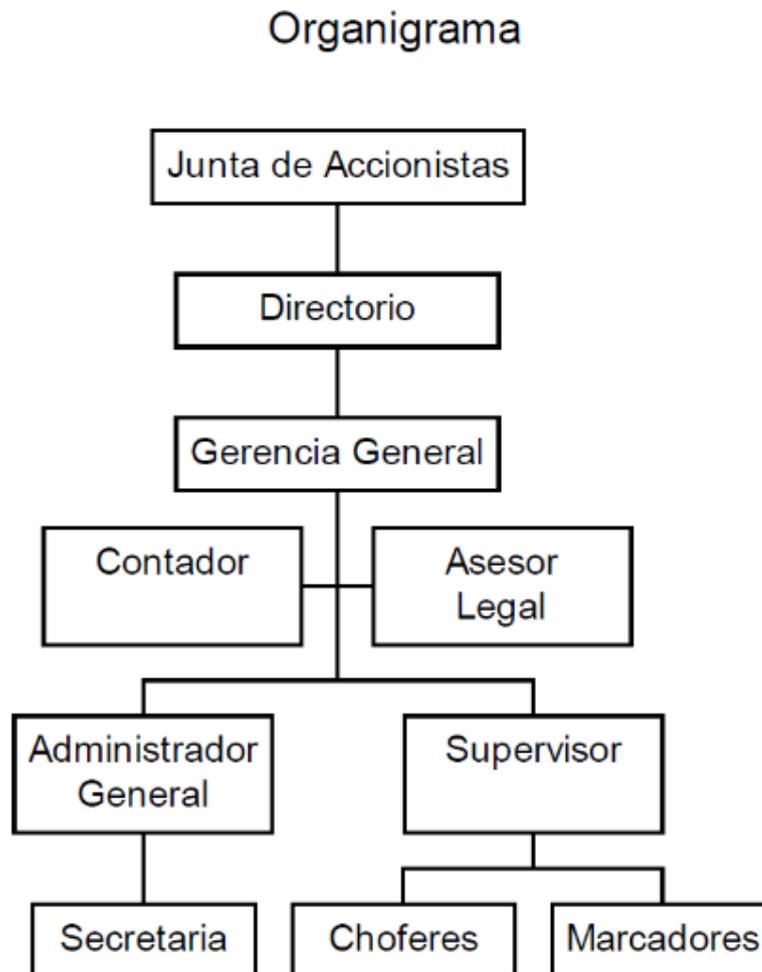
El encargado de dirigir la empresa y de representarlo en los diferentes niveles será el gerente; por otro lado, complementan a este el administrador, el mismo que se encarga de la parte operativa de la empresa y para fiscalizar el trabajo de ambos estará el supervisor.

La organización es de tipo central que hace recaer las funciones y obligaciones de la dirección en los funcionarios antes mencionados, esto a fin de evitar costos por pago de personal, en tanto se representado por una organización reducida.

La organización de la empresa está orientada a la optimización de los recursos, e tanto su estructura jerárquica debe ser funcional, donde cada una de las áreas y jefaturas conozca a detalle cuáles son sus funciones y actividades que debe de realizar para alcanzar los objetivos de la organización.

Figura 18.

Organigrama de la Empresa Exportadora de Flores de Taquia.



C) Detalle de los puestos

a) Junta General de Accionistas

La junta general de accionistas es el máximo órgano de la empresa y tiene por atribuciones lo siguiente:

- ✓ Velar por analizar cada uno de los puestos y por ver el cumplimiento de los objetivos de la empresa medidos en resultados, los mismos que están expresados en las ganancias de la empresa.
- ✓ Distribuir y hacer realidad el reparto de las utilidades de acuerdo a las acciones de los socios
- ✓ Designar mediante la elección a los miembros del consejo directivo de la empresa.

- ✓ Hacer seguimiento para el buen funcionamiento del directorio y los funcionarios y gerentes de la empresa.
- ✓ Mover de sus puestos a los miembros del directorio
- ✓ Participar en la modificación de los estatutos de la empresa
- ✓ Verificar el estado situacional del capital social de la empresa
- ✓ Asignar funciones a los directivos
- ✓ Realizar la transferencia de los bienes de la empresa
- ✓ Reemplazar a las autoridades
- ✓ Participar en las reuniones cuyo propósito sea la fusión de la empresa, así como la disolución de la misma.

b) Del Directorio

El directorio es un órgano dependiente de la Junta Nacional de Accionistas, y es la encargada de representar en temas administrativos, financieros y legales a la empresa.

c) De la Gerencia General

El Gerente General es el ejecutor de todos los acuerdos del Directorio, quien representa la fuente administrativa comercial y judicial de la sociedad, además de las siguientes funciones:

- ✓ Realizar actos y contratos que estén relacionados a las compras y ventas de la empresa u organización.
- ✓ Representar a la empresa ante la comunidad cuando sea pertinente y urgente su participación.
- ✓ Participar en los procesos laborales en representación de la empresa
- ✓ Hacer presencia en las reuniones y ceremonias oficiales que invite el Estado.
- ✓ Hacer presencia y representación de la organización ante protocolos programados por el estado y los organismos gubernamentales
- ✓ Hacer presencia ante la sociedad civil organizada como representantes de la empresa con capacidad de tomar decisiones.
- ✓ Participar con vos en las reuniones del directorio
- ✓ Designar al personal de la organización
- ✓ Responsable de la contratación y el despido del personal si este lo amerita.

- ✓ Firmar en representación de la empresa contratos con los proveedores trabajadores y otros que se estime.
- ✓ Apertura de órdenes
- ✓ de pago y ordenes de crédito a favor de la empresa y cuando esta lo solicite.

d) Administrador General

- ✓ Será el responsable de la parte operativa de la organización.
- ✓ A sola firma podrá elaborar documentos con carácter dinerario y no dinerario para las acciones que la empresa desee realizar.
- ✓ Debe ser encargado de velar por el buen estado de las mercaderías, tanto los que se ofrecen como los que se compran.
- ✓ Decidir la participación de la empresa en las ferias y ruedas de negocio de carácter nacional como internacional.
- ✓ Asistir a reuniones de negocio donde se firmen contratos de venta de los productos de la organización en el extranjero.
- ✓ Firmar contratos con los proveedores y otros a favor de la organización.
- ✓ Realizar el trato directo con los clientes, donde podrá explicar referente a las ventajas de nuestro producto.

e) Contador

- ✓ Organizar y mantener actualizado los libros contables de la empresa, así como tener actualizado los pagos por concepto de impuestos tanto de carácter nacional como de carácter local; todo ello en coordinación con el gerente de la empresa.

f) Asesor Legal

- ✓ El asesor legal por lo general es una persona externa a la empresa, por lo tanto, se encarga de los trámites legales que beneficien a la empresa, por ello trabajan estrecha relación con el gerente.

g) Supervisor

- ✓ Será el órgano encargado de velar por el buen desempeño de la empresa bajo estándares de calidad, por ello debe verificar todos los empaques y embalajes que se deben exportar, por ello debe tener en

cuenta diferentes protocolos de exportación, para que los productos no sean incautados por las aduanas y otros organismos.

h) Secretaría

son las encargadas de verificar las cartas de créditos, así como las cartas de avales para el acceso al financiamiento tanto local, nacional como internacional.

i) Marcadores

Son los encargados de la rotulación con los logos de la empresa todos los productos que se pretende exportar.

Especificación de puestos

Los requisitos que deben cumplir los trabajadores son:

a. Gerente General

Edad: Debe de tener como mínimo 30 años.

Sexo: varón o mujer

Educación: Título universitario de la UNTRM

Profesión: Administrador de empresas, economista, contador o carreras afines.

Experiencia: 4 años de haber trabajado en otra empresa similar.

Actividades: Encargado de la gestión administrativa de la empresa desde la planificación hasta el control

Idiomas: Hablar mínimo tres idiomas en un nivel avanzado.

b. Administrador General

Edad: Ser mayor de 28 años de edad

Sexo: varón o mujer

Educación Superior: Título universitario de la UNTRM o una universidad top ten.

Profesión: Administrador de empresas, contador o economista.

Experiencia: contar con más de 3 años de experiencia laboral

Actividades: conocedor del ABC de la exportación

Idiomas: dominio de tres idiomas extranjeros.

c. Supervisor

Edad: tener como mínimo 25 años de edad

Sexo: varón o mujer

Educación Superior: Título universitario de la UNTRM

Profesión: Ingeniero Agro Industrial o Administrador.

Experiencia: mínimo 3 años de haber trabajado en un puesto o cargo a fin a la supervisión.

Actividad: Supervisar los cargamentos que ingresen a aduanas

d. Secretaria

Edad: 20 años de edad como mínimo

Sexo: mujer

Educación: técnico en secretariado

Experiencia: un año en el cargo

Idioma: mínimo la lengua de inglés avanzado.

c. Marcadores

Edad: mínimo 20 años de edad

Sexo: varón o mujer

Educación: Secundaria

Experiencia: un año.

Proceso de selección del personal

Reclutamiento

Para el caso de los directivos de más alto rango jerárquico de la empresa se deberá reclutar personal egresado de preferencia de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; y para el caso de los trabajadores de operación deben ser profesionales técnicos de los institutos de prestigio de la región y del país.

La cantidad de personal será de acuerdo a los requerimientos de trabajo de acuerdo a los requerimientos y las cantidades de productos a exportar, así como la cantidad de producción de la organización, otra de las evaluaciones es la temporada.

Selección

La selección se desarrollará en las etapas que a continuación se mencionan:

- Solicitud de postulante
- Exámenes de conocimientos y aptitudes.

- Entrevista personal
- Recomendaciones de otras personas
- Estado de buena salud

Contratación

Se proyectará los contratos de acuerdo a los requerimientos técnicos planteados por la empresa, en ellos se plasmará el periodo de duración del contrato, así como los montos de pagos; por otro lado, este documento también debe contener las obligaciones a las que está sujeto el contratante; todo ello a fin de cumplir y hacer cumplir por las partes.

Capacitación

Gerente: El gerente es la persona encargada en capacitar al personal ingresante, para ello debe de tener en cuenta la planificación de la empresa, es decir que los trabajadores tengan claro la visión, misión y objetivos de la empresa.

Administrador: El administrador de la empresa se encargará de la capacitación operativa para todo el personal ingresantes, este debe estar relacionado a la producción y exportación.

Supervisor: Las acciones de capacitación estará relacionadas a la calidad del servicio y producto, las mismas que deben de cumplir con las exigencias de los clientes reales y potenciales.

Secretaria: La secretaria debe ser capacitada en función a las normas que debe de cumplir la empresa para alcanzar los objetivos, además se le debe dar a conocer aspectos relacionados a la atención personalizada y a las normas y valores.

Marcadores: La capacitación para este personal estará relacionado a las características de los empaques, a las técnicas que se emplean para el empaquetado y embalado del producto a exportar, así como el rotulado de todas las cajas.

Remuneración

Las remuneraciones serán de acuerdo al puesto que desempeña cada trabajador, esto ya que a mayor rango se requiere de más experiencia, conocimientos y las responsabilidades son mayores; sin embargo, debido a que la empresa aún no está operando, estos salarios no han sido calculados.

Además de otro de los criterios que se tendrá en cuenta para las remuneraciones especialmente de los mandos medios, será en función al rendimiento y productividad; finalmente los trabajadores serán incentivados con el reparto de utilidades si es que la empresa logra cumplir sus metas planteadas para cada año.

Las gratificaciones se harán efectivo para todos los trabajadores el cual consiste en dos gratificaciones al año.

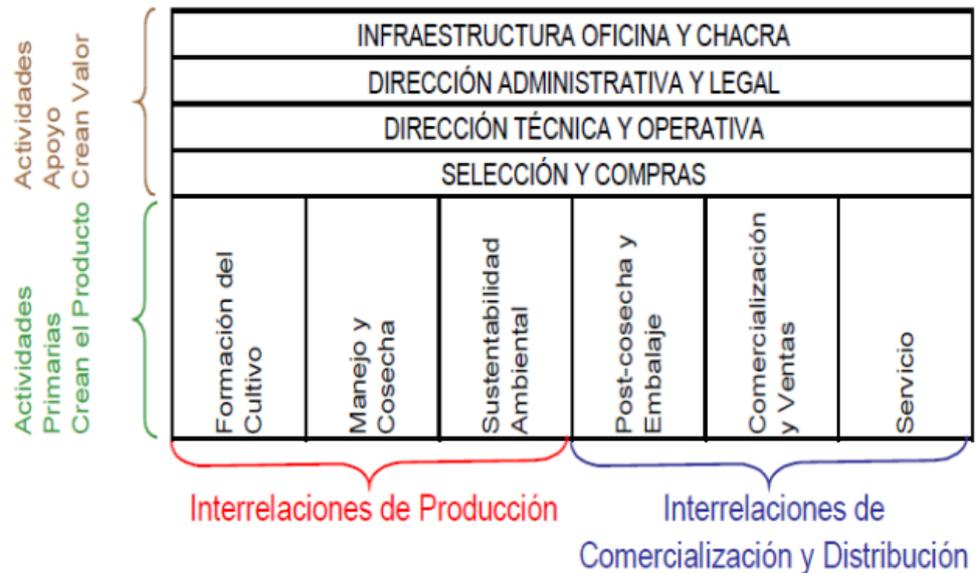
Cadena de Valor

La competitividad de las empresas hoy en día es la preocupación de los gerentes y administradores, por ello en el caso de la floricultura no es ajena a ella; la producción y comercialización de las flores requiere de ciertas etapas articuladas unas a otras: por tanto, estas afectan el funcionamiento de la actividad, razón por la cual se debe de encontrar las ventajas competitivas.

Las ventajas competitivas en este caso para la exportación de flores vamos a tener en la variedad de flores y la otra está relacionado a la comercialización o exportación, para ello se debe de tener en cuenta cuales son nuestros objetivos primordiales que se busca alcanzar con la exportación de las flores o azucenas.

Figura 19.

Modelo de la cadena de valor para la empresa exportadora de flores.



Para un mejor entendimiento se describe lo que está expresando la figura:

Actividades Primarias

Cultivo

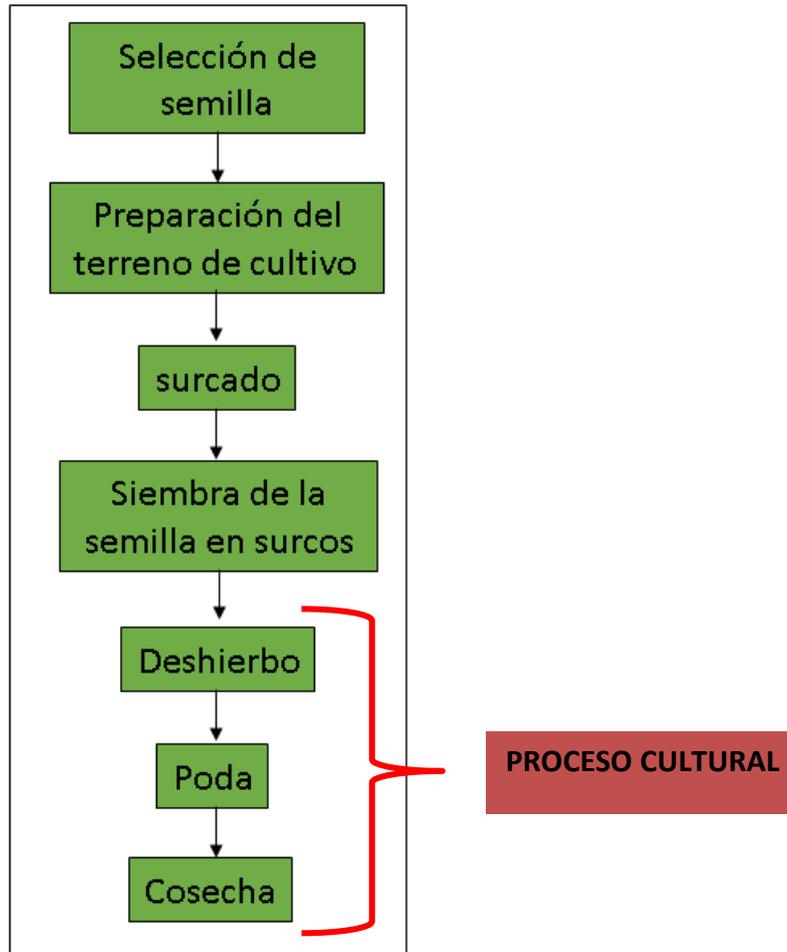
Estas actividades están relacionadas a la producción de las flores en los campos de cultivo:

- ✓ **Preparación del terreno de cultivo** En esta etapa de producción se hace que el terreno tenga las condiciones necesarias para la plantación de las azucenas, en algunos casos se forman las denominadas camas de cultivo.
- ✓ **Construcción de invernaderos:** Esta etapa consiste en armado de los toldos con mallas rachel a fin de proteger las camas donde se instalarán las flores; todo esto de protegerlo de factores climáticos como las lluvias, el viento y el sol.
- ✓ **Construcción de camas y caminos:** Esto permite orientar el terreno de cultivo, así como distribuirlos de manera adecuada para evitar que las plantas sean maltratadas en el momento de cosechas, deshierbos u otras actividades
- ✓ **Plantación:** La plantación debe de ser adecuada guardando el respectivo distanciamiento, esto a fin de evitar la competencia de una plana a otra, por otro lado, le da a la planta el suficiente espacio para su crecimiento.
- ✓ **Labores culturales:** Estas actividades se realizan durante el proceso de producción de la planta, consiste en deshierbos, podas, raleos, riegos,

abonado, control de plagas y otras relacionadas al cuidado de la planta para obtener un producto final en óptimas condiciones para ser exportado.

Figura 20.

Flujograma de la producción con proceso cultural.



Manejo y cosecha

Esta etapa se da durante el desarrollo y crecimiento de la planta, la misma que debe de ser bajo un control estricto de plagas, bacterias, así como la administración suficiente de abonos y nutrientes para la planta. Por otro lado, la cosecha es permanente, ya que se está recolectando los botones de forma continua a fin de evitar que el producto sea a destiempo y tenga problemas en la maduración.

Implicaciones medioambientales

Las nuevas tendencias del mercado han hecho que los productores de flores a nivel mundial tengan en cuenta este aspecto tan relevante, ya que los mercados compradores o importadores del producto siempre están

requiriendo esta especificación más aún se solicita que los productos cuenten con certificado de sello verde.

Por otro lado, las normas ISO 14000 es la que está relacionado al cuidado del medio ambiente, es ahí donde se da a los productos de esta índole criterios para la producción sostenible y amigable con el medio ambiente, caso que puede ser aplicado por los floricultores de Taquia.

Post-cosecha, Embalaje y transporte

Esta etapa es muy importante en el proceso de producción de flores, esto se debe a que las flores son productos de fácil deshidratación haciendo que el producto se deteriore fácilmente. Ante esta problemática un buen tratamiento post cosecha representa una actividad primordial para garantizar el buen estado del producto, para ello se debe de elaborar andamios que no permitan que las plantas se compilen y el sobre peso haga que las hojas se marchiten, los ambientes donde deben estar estas plantas debe ser lugares fríos, ventilados y aislados térmicamente, una buena opción representan las casa hechas de adobe o barro con techos de teja.

Mercadeo y ventas

Principales actividades que se debe tener en cuenta en esta etapa:

- ✓ Los productos deben de ser vendidos directamente a los clientes evitando los intermediarios, así mismo se debe de evitar a los brockers o los importadores ya que ellos bajaran el precio del producto.
- ✓ Se debe de enviar muestras de nuestras flores a los potenciales clientes, esto a fin de que conozcan la calidad de nuestro producto.
- ✓ Realizar pruebas piloto para los pedidos, a fin de separar y seleccionar las flores por tipo, variedad y promedio de tiempo de cosecha, todo ello nos permitirá tener mejor control de los precios, de los volúmenes y hacer algún tipo de promoción.
- ✓ Se debe de manejar Cardex con órdenes de venta y compra, esto va a permitir tener información de volúmenes de ventas, los mismos que servirán para requerir a los productores el abastecimiento del producto a tiempo y en las condiciones necesarias para la exportación.

Servicio

Para la exportación existe dos formas poner el producto en el país o puerto del comprador o ponerlo solamente en el aeropuerto del país exportador, esto es conocido como CIF o FOB, pero para el caso de nuestro producto este será puesto en el aeropuerto o terminal de la ciudad de Chachapoyas, dado que la organización carece de la logística suficiente para poner el producto en otro destino.

Actividades de Apoyo

Adquisición

Las adquisiciones o compras se harán de acuerdo de acuerdo a las funciones destinadas para cada área líneas arriba, estos consisten en compra de insumos, materiales, útiles de escritorio y otros como por ejemplo pasajes. También se puede en esta parte contratar los servicios de consultoría para el asesoramiento durante la venta de nuestro producto.

Desarrollo de la tecnología

La tecnología es un elemento primordial en el proceso de venta o exportación de las flores, esto se debe a que como se dijo anteriormente este producto es altamente sensible y con alto grado de perecibilidad, por lo que para el mantenimiento se requiere de tecnología, tanto de procesos, para el uso de insumos, de maquinaria y de infraestructura; por lo que las empresas de productores de azucenas deben de prever el uso de tecnología moderna y adecuada a las exigencias del mercado.

Por otro lado, el internet representa una herramienta primordial para la comercialización de nuestros productos, por tanto, se debe de hacer uso de páginas web y redes sociales más visitadas en el momento para poder comercializar nuestro producto (Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp y Telegram).

Infraestructura empresarial

Por su parte esta etapa consiste en diferentes actividades que permiten el buen funcionamiento de la empresa especialmente en la parte de gestión y toma de decisiones. Esta parte está relacionada con la compra de suministros, el análisis y actualización de los inventarios, la búsqueda de la calidad del

producto. Esta parte también comprende la planificación empresarial y la identificación de las fuentes de financiamiento para incrementar el tamaño de nuestra empresa.

Margen y precios

Los precios que se les asigna a los productos está en función a la producción, la comercialización y la distribución, ya que todos estos requieren o demandan de un presupuesto por tanto estimar los márgenes de precio consiste en determinar con exactitud todo lo que se ha invertido para producir la flor y después de ello establecer un margen de ganancia que se calcula debe ser cercano al 30 %.

Los costos de inversión deben de iniciar desde que se inicia la producción en la preparación del terreno hasta el momento en que el producto llega al comprador final.

Promoción del Cultivo

1. Investigación de mercados

La investigación de mercados es una función muy importante que apoya constantemente a las empresas, ella es determinada por factores externos, los cuales deben ser controlados por las empresas ya que es necesario que se cuente con los elementos suficientes para poderlos contrarrestar ya que nos pueden generar impactos negativos si estos no son considerados o tenidos en cuenta.

La producción de flores debe de ser controlado permanentemente, debido a que si existe sobre producción será difícil colocarlos en el mercado, más aún si nuestras estrategias de mercadeo son limitadas. Hoy en día las empresas están en constante competición, más aún si nuestros productos cuentan con sustitutos que a su vez ingresan al mercado con mayor agresividad, por lo que es una tarea muy ardua para los gerentes y administradores estudiar al mercado a fin de abastecerles de acuerdo a sus necesidades.

Para poder determinar las estrategias de mercadeo que se deben de implementar se debe estudiar las fuerzas externas como:

a) Competitivas: estas fuerzas están integradas de sub elementos como:

Competencia: Los principales productores de flores a nivel mundial lo representan los tradicionales como Holanda, Israel, Colombia y Ecuador; estos países tienen ventajas competitivas en su producción puesto que han desarrollado su tecnología lo que hace que produzcan grandes cantidades incrementando sus márgenes de ganancias.

Otro aspecto que hace que estos productores tengan ventajas sobre los demás es su geografía que presentan, esto ha hecho que países como Holanda se conviertan en los principales exportadores de flores, ya que han desarrollado productos de calidad y en volúmenes significativos, además de estar ubicados en el continente europeo gran consumidor de este producto. Los países como Ecuador y Colombia cuentan con radiación solar más de doce horas por lo que ahí radica su ventaja competitiva y en el caso de Israel es la tecnología agrícola de punta.

Proveedores: Identificar bien a nuestros proveedores es una de las claves del éxito para nuestra exportación, esto se debe a que los proveedores deben de entregarnos productos de calidad para poder producir y exportar en buenas condiciones nuestras flores. Por otro lado, los proveedores deben de ser responsables y cumplir con los tiempos establecidos a la hora de entregarnos nuestro insumo, ya que de ello dependerá la producción y la exportación de las flores.

Clientes: Existe un dicho que dice que el cliente es la persona más importante en un negocio, esto se debe que si no se tiene un buen cliente o la garantía de que nos compren, la producción no tendría sentido, por ello es necesario que nuestros clientes sean responsables y que nuestra compra esté garantizada, para que en un futuro no exista devoluciones por un mal contrato.

Sustitutos: El mercado siempre es cambiante dinámico y exigente, y cada día que pasa van apareciendo nuevas tendencias, modas y productos innovadores que van ingresando a este tipo de mercados, por lo que los productores de azucenas deben de tener en cuenta que no se encuentran solos en el mercado y que los que innovan con productos y precios competitivos sobrevivirá en el mercado.

Nuevos competidores: Los países africanos como Zimbawe, Kenya y Uganda en los últimos años han empezado a producir rosas de exportación, estos han encontrado una ventaja en la cercanía a los principales países

compradores del producto. Sin embargo, no solamente ellos representan una amenaza para los productores florícolas, sino existen otros que han puesto mucho interés en esta producción y esto hace que el producto baje sus precios y las utilidades disminuya, por lo que se debe estar en constante innovación para asegurar nuestro mercado.

b) Económicas: Durante los últimos años han existido una serie de factores que condicionan la producción de flores, estos factores no han sido previstos, dentro de estos están los factores climáticos adversos como el fenómeno del niño y las constantes lluvias y heladas que han generado pérdidas de cultivos y por ende el desinterés de los productores por cultivar este producto.

Por otro lado, los principales compradores de las flores representan mercados muy competitivos como el de Estados Unidos y Europa, sin embargo, estos son muy exigentes a la hora de comprar nuestros productos, exigiendo estándares de calidad, así mismo esto ha hecho que exista interés de otros productores que ven en este aspecto uno de los principales motivos para incursionar en este mercado.

c) Políticas: El sector agrícola es generalmente uno de los sectores menos favorecidos por las políticas de estado y por las políticas de inversión privada; sin embargo, alberga la esperanza que ingrese un gobierno con una visión de agro exportación y que apoye a los productores especialmente a los floricultores.

d) Legales y de regulación: Hoy en día existen diversos tratados y convenios con diferentes países, sin embargo, existen ciertas restricciones para comercializar productos agrícolas, ya que se tratan de proteger sus genéticas y sus patentes ante ello se plantea algunas barreras.

Barreras arancelarias: Este vienen a ser pagos que se realizan por las entradas o salidas de los productos, acto que se realiza en las aduanas.

Barreras no arancelarias: Las barreras arancelarias están relacionas a las restricciones tanto económica como barreras por restricciones burocráticas y administrativas, actos que entorpecen el buen funcionamiento del acto exportador.

e) **Tributarias:** Son medidas impuestas por el gobierno que favorecen a la exportación dentro de los cuales se tiene:

Devolución de I.G.V. Los productos y servicios exportables son sujetas a exoneración del Impuesto General a las Ventas o IGV. Por lo que las compras que se hagan para adquirir bienes o servicios a favor de la exportación no serna aplicables de descuento de IGV, quedando un saldo a favor del exportador.

Fraccionamiento:

Si los productores o exportadores floricultores adquieren equipos e insumos, en el extranjero, estos están sujetos a pago de aranceles, sin embargo, estos pagos pueden ser fraccionados hasta en nueve cuotas, el mismo que deberá ser hecho efectivo cada semestre.

Régimen de recuperación anticipada del IGV:

Este beneficio consiste en la devolución del IGV, siempre y cuando los bienes no hayan sido agotados durante los seis meses después de efectuado la compra y hecho el registro; esta devolución se hace por medio de notas de crédito.

Mercado Objetivo

Para poder iniciar nuestra exportación se ha visto por conveniente tener como principal comprado y país a donde se dirija nuestra exportación al mercado norteamericano de los Estados Unidos cuyas características se presenta a continuación

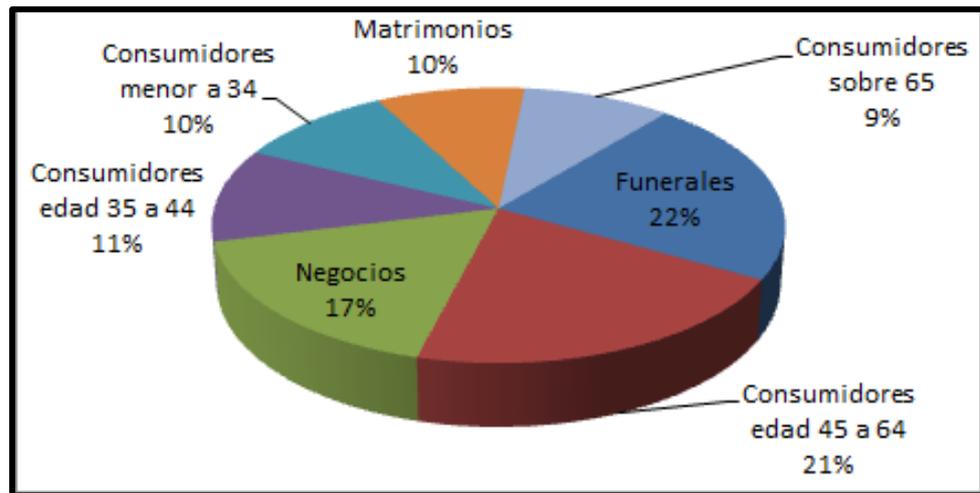
Características del mercado

El mercado Americano especialmente de los Estados Unidos, el 2017 fue de 27.8 Billones en el Mercado Retail para hablar de floricultura se hace mención a las diferentes formas de producción las flores, desde las que se realizan a como abierto, en invernaderos has tas producidas al interior de los domicilios, como es el caso de las macetas o producción invitrio (fuente: US.Bureau of Economic Analysis, July 31 revisión) www.aboutflowers.com

El Mercado de Flores en Estados Unidos en el 2017, fue de 8.1 Billones según Ibisworld.com

Figura 21.

Segmento de mercados consumidores de flores a Estados Unidos.



Fuente: US.Bureau of Economic Analysis

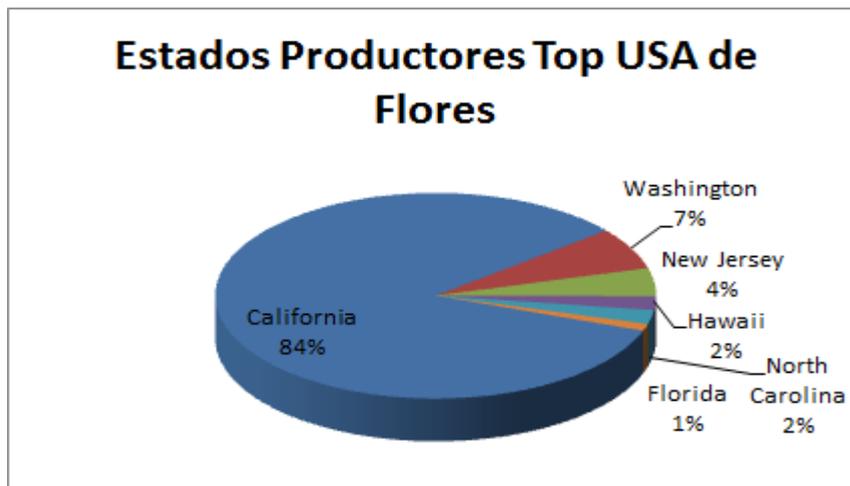
Son 15 los principales Estados productores de flores cortadas:

Estados Productores Top USA de Flores

California	76%
Washington	6%
New Jersey	4%
Hawai	2%
North Carolina	2%
Florida	1%

Figura 22.

Estados productores de flores en los Estados Unidos.



Fuente: US.Bureau of Economic Analysis.

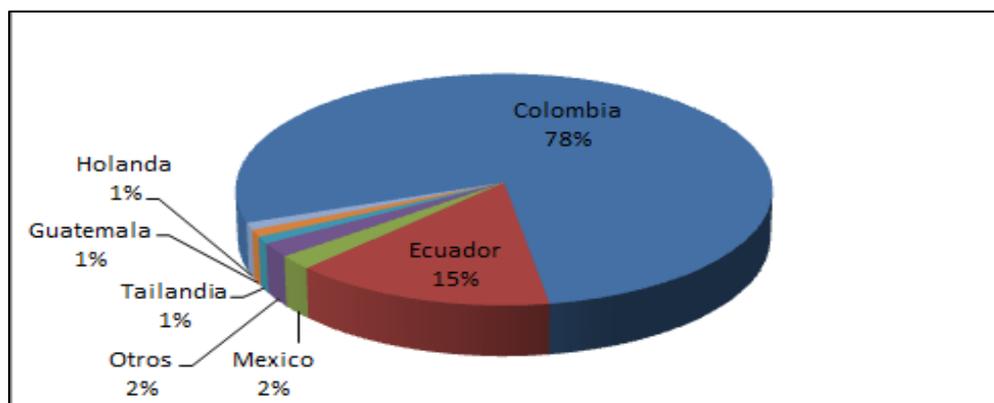
Estados Unidos es un Importador neto de Floricultura ya que su producción, no abastece su mercado interno por las estaciones climáticas.

Las Exportaciones de Estados Unidos en el 2017 sumaron \$ 25.8, millones y sus principales mercados lo representaron: Las Bahamas, Canadá y Japón, muchos de ellos por su cercanía y otros por la calidad de producto. **Las Importaciones en el 2017** Alcanzaron la suma de 615.7 Millones de dólares, su principal país proveedor fue Colombia quien le vendió 480.1 Millones de dólares seguido de Ecuador.

Principales países Proveedores de Flores al mercado americano:

Figura 23.

Países proveedores de flores a Estados Unidos.



Fuente: US.Bureau of Economic Analysis

Las Rosas lideran las flores más importadas con 367.3 Millones de dólares, Crisantemos con 128.9 Millones de dólares.

Claveles con 85.2 Millones en todos estos casos los proveedores del mercado americanos en estas flores son primero Colombia, y segundo Ecuador.

La Importación de productos de viveros fue de 1 Billón de dólares y sus principales proveedores fueron Canadá, Holanda y Colombia.

La importación de Orquídeas en el 2017 fue de 65.3 Millones el principal proveedor fue Taiwán, seguido de Holanda y Tailandia.

Los Bulbos de flores fueron Proveídos por Holanda, La importación de Bulbos de Tulipán fueron 52 millones de dólares, y Bulbos de Lirios 29.7 Millones.

Principales fechas y acontecimientos de mayor demanda de flores:

Navidad	30%
Día de la Madre	25%
San Valentín	25%
Semana Santa	10%
Thanksgiving	3%
Día de los Muertos	2%

Fuente: US. Bureau of Economic Analysis.

Análisis Competitivo

Para realizar este análisis se utilizó la metodología del análisis FODA, el cual permitió conocer los factores internos y externos del producto y de la organización describiéndoles en forma de fortalezas, oportunidades, debilidades y las amenazas.

Fortalezas

- ✓ Su ubicación en la ceja de selva hace que exista muchos climas y micro climas propicios para la agricultura y el cultivo de flores como las azucenas, dalias y hortensias.
- ✓ Semillas con un valor genético
- ✓ En el distrito de Chachapoyas encontramos un aeropuerto desde donde se puede trasladar nuestro producto a diferentes partes del Perú y del mundo, especialmente a los países vecinos de sud América con alta demanda por el consumo de flores como Brasil.

Debilidades

- ✓ La mano de obra se ha elevado en la región, esto debido a que existen proyectos de inversión pública que contratan al personal por costos más elevados que los promedios de salario en la chacra.
- ✓ La energía está a elevados costos, razón por la cual no se puede implementar tecnología avanzada en nuestra producción, a diferencia que en el Ecuador este recurso es subsidiado por el gobierno.
- ✓ El Estado Peruano en sus diferentes órganos de gobierno, no apoya a los productores interesados en exportar, esto es una desventaja frente a países como Colombia que el estado promociona sus productos e incentiva a la exportación principalmente de las flores.
- ✓ Los fletes elevados del transporte aéreo, dificulta la exportación de flores, esto ya que las flores son productos perecibles que deben ser transportados vía aérea para llegar a su destino en óptimas condiciones.
- ✓ La escasa visión exportadora de los productores de flores de los anexos de Taquia, Maripata y Opel, esto hace que se pierdan las oportunidades de incursión en mercados más exclusivos.
- ✓ Escasa investigación en tecnologías para la producción de flores, hace que no se implementen tecnologías limpias, adecuadas y de bajo costo para los productores de azucena.

Oportunidades

- ✓ El incremento en la demanda de arreglos florales especialmente para las bodas y Busquets de las novias. Así mismo existen intermediarios más grandes como los países de Colombia que no abastecen para atender a mercados como Estados Unidos y Europa consumidores de flores.
- ✓ El internet y las redes sociales han hecho favorable la comercialización directa y en menos tiempo con los compradores directos de las flores; esto es conocido como icomers.
- ✓ Existen grandes cadenas compradoras de flores que se dedican a los arreglos florales en distintos tipos de eventos, estos están buscando flores exóticas y de buena calidad en diferentes partes del mundo y uno de los intereses son países Sudamericanos como Perú.

- ✓ La volatilidad de los precios de otros productos como la papa hacen que los productores se interesen en el cultivo de flores como las azucenas.

Amenazas:

- ✓ Empresas grandes de producción y exportación de flores se han instalado en paises con costos de producción bajos, esto se debe a que la mano de obra en países africanos es barata en comparación con los de Perú y otras regiones de sur América.
- ✓ Aparición de nuevas variedades más coloridas y resistentes que las azucenas, estas están introduciendo al mercado con precios más expectantes.
- ✓ Los países tradicionales productores de flores de América, Europa y Asia

Plan de marketing

A nuestros clientes

Lo que busca la empresa es crecer la atención a sus clientes con productos de calidad y competitivos, esto implica generar valor en la producción de flores, con estándares de calidad, con condiciones de sostenibilidad y la producción en cuidado con el medio ambiente es decir un producto amigable.

Por otro lado, la empresa tendrá un registro de clientes para poder consolidarlos, los cuales brindaran datos relacionado a las fechas importantes de su vida, a sus datos personales de su familia, a fin de hacerle llegar promociones y presente a ellos a través de arreglos florales y de saludos mediante la página web o las redes sociales.

Producto

El producto será caracterizado por un producto de calidad con empaque y embalajes adecuados que faciliten su transportabilidad, y el llegado a su punto de entrega en buen estado y perfectas condiciones. La variedad de los productos será otra constante que se ponga en práctica en este punto

específico, por lo que se espera una constante innovación mejora con productos de azucenas mejoradas de diversos colores y complementadas con otras variedades de flores como las hortensias, las palmas, las rosas y las buganvillas.

Precio

El precio será de acorde al mercado, el mismo que ha sido fijado en función al costo de producción y a la competencia, se tendrá en cuenta que nuestro producto llegue al mercado como un buen producto y a un precio justo; por otro lado, se complementa esta idea con la venta de azucenas por docenas las mismas que han sido fijadas a un valor del costo de mercado de diez soles, es decir en promedio de tres a cuatro dólares precios CIF.

Promoción

La estrategia está basada en la oferta de nuestros productos haciendo uso de tres medios publicitarios, los mismos que han sido establecidos con la finalidad de fortalecer e incrementar el horizonte de nuestros clientes y compradores en especial los importadores.

1. Ferias internacionales: Nuestro producto, será presentado en las principales ferias internacionales de venta y comercialización de flores como Europa, Asia y Estados Unidos. Los productos serán comercializados como productos exóticos del Perú en especial de la ceja de selva como lo es la Región Amazonas.

2. Catálogos: Los catálogos es una estrategia que consiste en presentar nuestros productos mediante plataformas e impresiones, donde resalte las formas de producción las imágenes de nuestro producto, los precios, las variedades y nuestras promociones. Complementando esto se debe de plasmar los valores culturales de los pueblos tradicionales de Taquia, Maripata y Opelel.

3. Internet:

El internet es otra de las herramientas que serán muy necesarias a la hora de comercializar nuestros productos, se harán uso de las redes sociales más publicitada en el momento, donde la empresa tendrá una dirección con el que nuestros clientes puedan interactuar y realizar sus pedidos, así como concretar

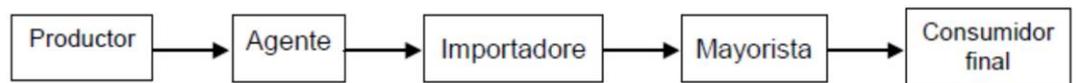
las compras. Las redes sociales que se utilizarán son Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp y el Telegram.

Distribución

Ya que se está hablando de exportación el flujo de procesos se dará de la siguiente manera:

Figura 24.

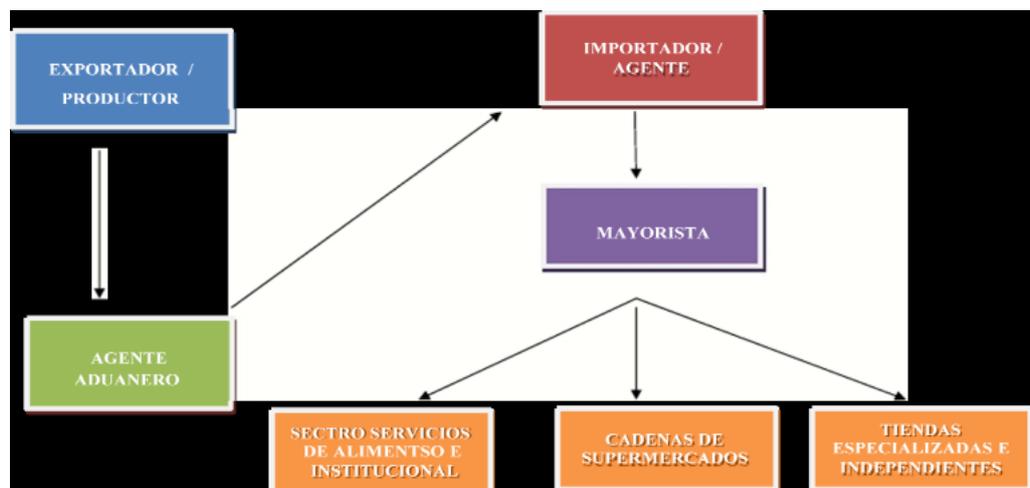
Flujograma de distribución del producto.



La figura muestra que el ciclo empieza con el aprovisionamiento, después este pasa hacia el agente exportador, quien envía el empaque hacia el importador, este le deriva al mayorista para que luego llegue al consumidor final en forma de arreglo o en los empaques destinados para su comercialización.

Figura 25.

Canales de Distribución en el país exportador.



A nuestros Proveedores (productor nacional)

Esta es una estrategia que permitirá tener un contacto con los asesores financieros y estos a su vez con los consumidores o los interesados en importa las flores de nuestro país, especialmente en la variedad de azucenas y otros que comercializa la empresa.

La sensibilización de los agricultores de Taquia Maripata y Opelel es otra de las etapas a tener en cuenta ya que si se quiere asegurar la producción se debe de contar con la participación de la mayoría de ellos y que estos tengan conocimientos de producir y cultivar las azucenas bajo estándares de calidad y de acuerdo a lo requerido por el mercado internacional. Para este fin los productores recibirán constante asistencia técnica de parte de los técnicos agropecuarios contratados por la empresa.

Por otro lado, la empresa estará constituida por los socios productores de Taquia, Maripata y Opelel, esta empresa se encargará de realizar una constante supervisión y seguimiento a fin de garantizar cumplir con los requerimientos del estado.

Finalmente, para poder realizar todo lo planificado se requiere del financiamiento que puedan hacer las diferentes entidades financieras como las cajas de crédito, Agro banco y otras entidades del estado y los organismos no gubernamentales.

Plan de Exportación

Este proceso es propiamente abocado a la exportación de las flores (Azucenas) por lo que esto significa actividades como:

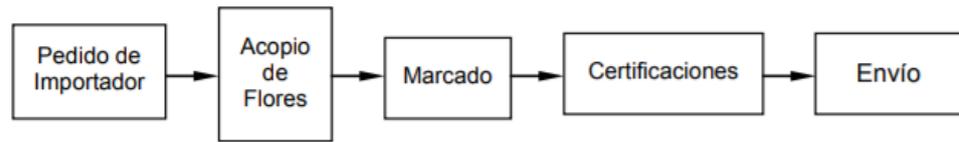
El envío de las flores vía aérea con las certificaciones fitosanitarias correspondientes. Sin embargo, debido a las grandes dificultades de transporte que tiene nuestro país, negociaremos a precio FOB. Por su parte la mayor dificultad se encuentra en la cadena de frío, por lo que se debe de tener especial consideración en ello; también representa una actividad primordial el empaquetado y rotulado esto permitirá identificar el producto que se está exportando.

Los inputs son las flores debidamente embaladas en cajas listas para su exportación, mientras que el output será la misma caja a la cual se le añadirá el marcado y las certificaciones fitosanitarias, de calidad, de peso, el certificado de inspección y el de origen, además de otros certificados y documentos pertinentes, como: factura comercial, conocimiento del embarque, packing list, certificado sanitario, etc.

El flujo de este proceso es el siguiente:

Figura 26.

Flujograma de envío del producto.



Para determinar las cantidades y el periodo en el que se va a exportar debe de hacerse en función a los pedidos que se tenga, es decir en torno a la demanda, por lo que se hace necesario cultivarlos en invernaderos y haciendo uso de tecnología, para lograr una producción permanente durante el año.

Para realizar los pedidos se hará uso de las tecnologías de la comunicación como es, mediante las redes sociales y la página de la organización, estos pedidos serán atendidos a la brevedad posible, haciendo la entrega en el aeropuerto o en Serpost, según la urgencia del pedido.

Plan de inversiones de la producción y exportación de azucenas de los anexos de Taquia, Maripata y Opelel

La inversión a realizar para la implementación de la empresa será aproximadamente de \$ 200 808.00 Dólares.

Invernadero	40000
Almacén refrigerado	12000
3 computadoras	3000
Accesorios	6000
Invernadero de investigación	9000
Mobiliario	1500
Transportadoras	2500
Catálogos	3000
Página web	240

Costos de operación

1 secretaria	300
4 marcadores	1000
1 supervisor	600
1 gerente	1300

1 administrador	1000
-----------------	------

Costos fijos

Luz	700
-----	-----

Agua	200
------	-----

Costos variables

Papelería, certificaciones, pago de derechos aduaneros.

Tabla 4.

Ingresos y gastos

Ingresos																	
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Azucenas	0	0	0	9600	9600	9840	9840	9840	10080	10080	10080	10320	89280	93744	98431.2	103353	108520
Claveles	0	0	0	2400	2400	2460	2460	2460	2520	2520	2520	2580	22320	27900	29295	30759.8	32297.7
Total	0	0	0	12000	12000	12300	12300	12300	12600	12600	12600	12900	111600	121644	127726.2	134112.8	140817.7
Gastos																	
Sueldos	3200	3200	3200	4200	4200	4200	8400	4200	4200	4200	4200	8400	55800	61380	67518	74269.8	81696.8
Alquiler	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3600	3600	3600	3600	3600
Impuestos	0	448	448	448	588	588	588	1176	588	588	588	588	6636	9181.2	10168.62	11185.5	12304
Impuesto a la Renta	0	0	0	4389	4389	8888	8888	8998	9107	9107.4	9217	9326.9	72310.8	42859.8	45002.74	47252.9	49615.5
Producción	4920	4920	5043	9963	9963	10209	10209	10209	10455	10332	10332	10590	107145	112490	118114	124020	130220
Insumos	4920	4920	5043	5043	5043	5166	5166	5166	5289	5166	5166	5295.2	15627.2	16402.1	17222	18083	18987
costo de producción	9840	9840	10086	15006	15006	15375	15375	15375	15744	15498	15498	15885.2	122772.2	128892.1	135336	142103	149207
Activos Fijos	61000												61000				
Gastos operativos	1270	270	270	26020	26020	26560	26560	26560	27100	27100	27100	27640	242470	254594	267323.2	280689	294724
gastos de venta	160	160	160	160	160	5160	160	160	160	160	5160	160	15330	16445	18911.75	21748.5	25010.8
Total	74260	9298	9491	45480	45620	50905	60105	51603	51910	51787	56897	57005	564292	500549	530638	562766	597171

Fuente: Elaboración propia.

Financiamiento

El monto requerido para la puesta en marcha del funcionamiento del negocio de la exportación de flores asciende a \$ 197 524 dólares, para lo cual ha sido valorado los cultivos que poseen los socios o productores de azucenas de los anexos objeto de estudio; razón por la cual la propuesta es más viable.

Los recursos propios lo constituyen el (74.7%); el cual asciende a \$ 147524, de los cuales está considerado como aporte no dinerario y dinerario de los socios, mientras que los restantes \$ 13000, forman parte de los siguientes activos:

Computadoras	\$ 3000
Mobiliario	\$ 1500
Equipos de post cosecha	\$ 2500
Accesorios	\$ 6000

Los recursos de terceros lo constituyen el 20.3 % del total de la inversión, por lo que para poder cubrir estos gastos se recurrirá a créditos bancarios a través de la institución Agrobanco, el préstamo a solicitar asciende a \$ 50000; con un costo financiero de 3.5 % anual, por cinco años con un periodo de gracia del primer año.

Proceso de Exportación

Las flores de los productores de flores de los anexos de Taquia, Maripata y Opelel se hará mediante el programa nacional de Exporta Fácil, del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, cuyo procedimiento es el siguiente:

Para exportar por Serpost mercancías con fines comerciales al extranjero por un valor FOB (valor de la mercancía a bordo del transporte designado por el comprador en el lugar de embarque) máximo de US\$ 7,500.00 por envío, puedes hacerlo con el servicio Exporta Fácil.

Requisitos

- ✓ Copia del documento de transporte (conocimiento de embarque, carta de porte aéreo o terrestre, según corresponda), y presentación impresa de la Carta de Porte Aéreo Internacional emitida por medios Electrónicos (CPAIE).
- ✓ Copia SUNAT de la factura (ejemplar de factura para SUNAT) o representación impresa de la factura electrónica, documento del operador (código 34) o del partícipe (código 35) o Boleta de Venta u otro comprobante que implique transferencia de bienes a un cliente domiciliado en el extranjero y que está señalado en el Reglamento de Comprobantes de Pago, o declaración jurada de valor y descripción de la mercancía cuando no exista venta.
- ✓ Documento que acredite el mandato a favor del agente de aduana: copia del documento de transporte debidamente endosado o copia del poder especial, excepto cuando el acto se realice por medios electrónicos.
- ✓ Otros que por la naturaleza de la mercancía se requiera para su exportación.
- ✓ Adicionalmente se requiere cuando corresponda lo siguiente:
- ✓ Copia de la nota de crédito o de débito SUNAT.
- ✓ Relación consolidada de productores y copias de las facturas o boletas de venta SUNAT emitidas, por cada uno de los productores que generaron dicha exportación. No se requiere presentar la representación impresa de la factura o boleta electrónica.
- ✓ Copia de la factura SUNAT que emite el comisionista que efectúa la exportación a través de intermediarios comerciales.
- ✓ Relación consolidada del porcentaje de participación (contratos de colaboración empresarial).
- ✓ Copia del contrato de colaboración empresarial.
- ✓ Constancia de inspección de descarga en el tipo de despacho 05 emitido por la Dirección General de Extracción y Procesamiento Pesquero - PRODUCE o por las direcciones regionales de la producción.

Pasos para la exportación

1. Completa la Declaración de Exporta Fácil

Ingresa la información sobre la mercancía en el Registro de declaración Exporta Fácil.

Concluido el registro, el sistema generará un número de declaración que te servirá para hacer el seguimiento del estado de la exportación. Imprime 4 ejemplares y 1 adicional por cada bulto de la Declaración Exporta Fácil (DEF). Firma todas las copias.

2. Presenta la mercancía en Serpost

Muestra la mercancía en la oficina de Serpost y adjunta las DEF, así como el comprobante de pago (boleta o factura) y la documentación requerida.

El personal de Serpost, te identificará como exportador. Si eres el representante legal de una persona jurídica, debes te acreditar. Se te asignará el número de guía postal y lo registrará en la declaración DEF.

3. Espera el embarque de las mercancías

Una vez que Serpost cumple con las formalidades, embarca la mercancía al exterior.

4. Regulariza la exportación

Dentro del plazo de 15 días hábiles, contados a partir del día siguiente de la fecha de autorización del embarque, Serpost enviará un expediente a la Intendencia de Aduana Aérea y Postal del Callao, para comunicar los envíos postales que no se hubieran embarcado.

Si esta no existiera, la administración aduanera considerará que Serpost ha confirmado su embarque y dará por regularizada la exportación

IV. DISCUSIÓN

Según Cabezas (2017) en su tesis titulada “Exportación de flores hacia Estados Unidos”, afirma que: la rosa ecuatoriana es de exquisitas características como pétalos grandes en formas de corazón, una gran gama de colores vivos, intensos y agradables que se caracteriza por su belleza y larga duración, convirtiéndolo en un producto reconocido y apetecido a nivel mundial. Por su parte en la tesis realizada en los anexos de Taquia Maripata y Opelel, se ha encontrado que al igual que en el Ecuador estos pueblos son eminentemente agrícolas y que su floricultura ha sido pasada de generación en generación como lo apreciamos en la figura 04, durante el primer objetivo de la investigación que fue analizar el proceso de producción y se hizo la caracterización de las azucenas. Por otro lado las flores ecuatorianas de exportación son consideradas como las mejores del mundo, gracias a las condiciones de calidad; ante esta afirmación con esta investigación se pudo contrastar de que si bien es cierto la azucena representa una flor que identifica a esta parte de la región; sin embargo su producción es insipiente por lo que no se registra que haya sido exportado a otros países, esto en cumplimiento del segundo objetivo que es el analizar la producción y comercialización de las flores. Finalmente, Cabezas concluye que la floricultura en el Ecuador es de gran importancia para la economía y para la sociedad, ya que genera recursos para el país; del mismo modo en Taquia, Maripata y Opelel esta producción representa la principal fuente de ingresos económicos para la población con un 93 % de la población dedicadas a esta actividad, como se puede apreciar en la figura 05. Por otro lado, existe una cifra muy representativa de un 44 % de la población femenina de Taquia, Maripata y Opelel que se dedican a esta actividad lo cual se aprecia en la figura 02 y de igual forma es contrastado con el segundo objetivo de la investigación.

Por su parte Espinoza (2015) en su investigación hace un análisis y promoción de las exportaciones de flores ecuatorianas hacia estados unidos donde manifiesta que: a pesar de ser consideradas las flores ecuatorianas una de las mejores del mundo, debido a sus variadas formas y tamaños, el sector floricultor no está exento de obstáculos que se convierten en desventajas, como lo es la disminución de las exportaciones hacia los Estados Unidos debido a los altos costos de transporte, energía eléctrica, insumos agrícolas. Del mismo modo en

cumplimiento con el tercer objetivo, la presente investigación se plantea un plan de exportación que va desde el análisis del producto hasta las acciones a tener en cuenta para la exportación de la azucena desde los anexos de Taquia, Maripata y Opelel. Por otro lado, Espinoza manifiesta que otro inconveniente presentado es el mal manejo del contexto político y jurídico, evitando así el ingreso de nuevos inversionistas en el país en este sector. Por su parte en los anexos objeto del presente estudio no se pudo realizar un análisis del estado de los procesos de exportación; más si de comercialización, debido a que el producto aún no se está exportando, sin embargo, coincide con el rol que cumple el estado que no está fomentando la inversión privada en este sector.

Beleño, Cantillo y Rodríguez (2015) realizaron una indagación de factibilidad de producción y exportación de flores exóticas amigables con el medio ambiente en la ciudad de Santa Marta. Magdalena es una región fértil con una producción competitiva y grandes posibilidades de desarrollo agroindustrial es por eso que el cultivo de flores de especies exóticas como las heliconias están iniciando a ganar terreno y a ser cada vez más demandadas por consumidores especializados en busca de diversos productos. Haciendo mención a ello con el primer objetivo de la investigación se puede aseverar que el Perú, Amazonas y en especial Taquia, Maripata y Opelel poseen una gran variedad de microclimas propicios para el cultivo de flores en especial la variedad de lirio llamado azucena, pero que a la fecha no se incrementa las inversiones en infraestructura y tecnología, incluyendo sistemas para la verificación de los cultivos, como los sistemas de riego. Por otro lado, el cultivo de flores tropicales se ha convertido en una nueva fuente de generación de ingresos y empleo rural, con expectativas importantes de expansión hacia los mercados de Estados Unidos, España, Inglaterra e Italia por ello se destaca el esfuerzo organizacional de los productores por asociarse y ofrecer su producción de manera permanente en los mercados regionales. De lo dicho se confirma en la investigación donde se plantea como estrategia la constitución y formalización de la empresa que garantice la formalidad de los trabajadores, un salario justo para sus trabajadores, de acuerdo a sus labores y sus perfiles profesionales para el cargo que ocupan y la remuneración adecuada; así mismo brindando un pago justo a nuestros proveedores tal como se plantea en el tercer objetivo de la presente investigación.

Por su parte, Portugal (2013). En su tesis titulada Cultivo y exportación de la *Gypsophila*, plantea hacer un estudio del macroentorno del sector agroindustrial-flores para conocer las oportunidades que éste ofrece, mediante el análisis de sus dimensiones: económica, política, social, tecnológica y de medio ambiente. Tomó la demanda del producto en función a las exportaciones realizadas por el Perú y la demanda de los potenciales compradores, eligiéndose a los Estados Unidos de Norte América como destino, hacia donde exportaremos un volumen promedio mensual de 8000 Kg. de *Gypsophila* fresca. Del mismo modo con la investigación se tiene como mercado objetivo para la exportación a los Estados Unidos, por ser este un mercado grande con una gran demanda por el consumo de rosas y flores en especial los lirios, y por su ubicación geográfica que se encuentra más accesible para exportar de nuestro país.

Dávila (2013) realizó una investigación donde estableció las limitaciones de la producción de rosas (*Rosa Sp.*) para la exportación, en la Provincia de Cajamarca, concluyendo que los productores consideran como principales limitaciones la falta de gestión del comercio internacional, la falta de asociatividad, la falta de asistencia técnica y la existencia de minifundio. De igual forma en la tesis realizada en los anexos de Taquia, Maripata y Opelel se evidencia que uno de los problemas presentes en el cultivo de las azucenas es que las parcelas de producción son pequeñas, la falta de asociatividad y el deseo de ampliar sus fronteras agrícolas para el cultivo de azucena, lo que se aprecia en las figuras 15, 16 y 17 de la presente investigación en cumplimiento con el segundo objetivo que es hacer un análisis de la producción y comercialización de flores.

Finalmente se discute con Muñoz y López (2016) a su tesis titulada Desarrollo de la cadenas productivas de cacao y café orgánico como estrategias de posicionamiento y sustentabilidad del sector agroexportador en la región de Amazonas- Chachapoyas 2016; debido a los autores buscan con la investigación lograr el posicionamiento en el mercado y la sustentabilidad de las organizaciones cacaoteras y cafetaleras del sector agroexportador, del mismo modo esta investigación pretende lograr la sustentabilidad a través de la exportación de azucenas, como lo demuestra el plan exportador que fu parte del tercer objetivo.

V. CONCLUSIONES

Las conclusiones a las que se llegó con la investigación denominada Floricultura de exportación como estrategia de desarrollo económico local de los anexos de Taquia, Maripata y Opelel del distrito y provincia de Chachapoyas, Región Amazonas fueron las siguientes:

- ✓ En los anexos del distrito de Chachapoyas como son el caso de Taquia, Maripata y Opelel, objeto de estudio se determinaron cuatro variedades de flores dentro de ellas tenemos, a los lirios o azucenas, las palmas, las hortensias y las rosas; siendo la variedad más abundante y representativa la azucena. Así mismo se estableció los procesos de producción, que van desde la descripción del producto, su origen, sus características botánicas, la morfología de la planta, la producción su proceso de siembra, proceso de cultivo, proceso de cosecha, la selección del mercado y la venta.
- ✓ Después del estudio se puede concluir que, en los anexos de Taquia, Maripata y Opelel, los productores de flores son agricultores que producen en cantidades muy bajas inferiores a una hectárea cada productor, lo que determina que el producto en la cosecha sea en poca cantidad y aunado a este una escasa tecnología y asistencia técnica hacen que aún no sea un producto exportable; sin embargo esto se debe a la falta de un mercado seguro donde vender su producto ya que en la actualidad son los intermediarios los principales compradores; quienes pagan precios no justos por el producto generando de esta forma un bajo desarrollo económico de la población, con ingresos por comercialización menores a los 2700 soles
- ✓ Para el establecimiento de las estrategias se estructuró o diseñó un plan de exportación, el cual comprende el diseño del producto, la organización, un análisis de la cadena de valor, la promoción del cultivo, el análisis competitivo, la estrategia comercial y el plan de acción. Todo esto en base a la determinación de un importante mercado meta como es el mercado Norte Americano, específicamente de los Estados Unidos.
- ✓ Con la investigación se pudo contrastar la hipótesis, ya que, si se exporta las flores de Taquia, Maripata y Opelel se garantiza el mercado y por ende se desarrolla la economía de los anexos en mención.

VI. RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda a los futuros investigadores ampliar la investigación de floricultura en lo que respecta a indicadores económicos, la misma que tenga como base la presente investigación y de esta forma complementar el estudio de viabilidad de la exportación de flores a los Estados Unidos y otros mercados más grandes.
- ✓ Se recomienda a los integrantes de la Asociación Agropecuaria la Cruz de Mayo de los Anexos de Taquia Maripata y Opelel, la creación de una empresa exportadora de flores, para de esta manera contribuir con el desarrollo económico de los anexos involucrados en la producción de azucenas.
- ✓ Se recomienda a los floricultores de los anexos de Taquia Maripata y Opelel, ampliar sus áreas de producción agrícolas dedicadas a la siembra de flores (azucenas), a fin de tener mayor producción; del mismo modo debe de utilizar mejor tecnología de producción para la lograr una producción de mejor calidad de acuerdo a las exigencias de los mercados.
- ✓ A los organismos estatales como la Municipalidad Provincial de Chachapoyas y el Gobierno Regional Amazonas, se les recomienda que generen estímulos para los productores de flores de la región; y les incluyan en los programas de financiamiento de planes de negocio como una actividad importante de desarrollo agrario y económico de la región.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarado, O. (2006). *Algunos Efectos Tributarios de la Regulación del Drawback en el Perú*. Advocatus. Lima-Perú, N° 15.
- Beleño, J; Cantillo, M y Rodríguez, L. (2015). *Estudio de factibilidad de producción y exportación de flores exóticas amigables con el medio ambiente en la ciudad de Santa Marta*. Especialización en Gerencia Financiera. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Jorge Toledo Lozano. Santa Marta. Colombia.
- Cabezas, D. (2017). *Exportación de Flores hacia los Estados Unidos*. Tesis para optar el título de Tecnóloga en Exportación. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Los Andes. Quito. Ecuador.
- Dávila, K. (3013). *Limitaciones de la producción de rosas (rosa sp.) para la exportación, en la Provincia de Cajamarca*. Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas. Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. Cajamarca. Perú.
- Espinoza, F. (2015). *Análisis y promoción de las exportaciones de flores ecuatorianas hacia Estados Unidos*. Tesis de grado académico de Magíster en Negocios Internacionales y Gestión de Comercio Exterior. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Guayaquil. Ecuador.
- Enríquez, A. (2017). *Desarrollo Económico Local: Definición, Alcances Y Perspectivas en América. Conferencia Electrónica a nivel continental sobre Desarrollo Local*. http://condesan.org/mtnforum/sites/default/files/publication/files/A_Villacorta_1_.pdf.
- Gómez, M. (2017). *Fundamentos del Comercio Internacional, CCI*.
- Gran Enciclopedia Turística del Perú. (2017). *Azucenas en Taquia Chachapoyas* recuperado en:

<http://encicloturismoperu.blogspot.pe/2009/08/azucenas-en-taquia-chapapoyas.html> el 12/09/17

Ministerio de Agricultura y Riego. (2017). *Perú tiene un potencial enorme en la floricultura*. Recuperado de <https://agraria.pe/noticias/peru-tiene-un-potencial-enorme-en-la-floricultura-14722>

Muñoz, Dick y G, López (2016) *Desarrollo de las cadenas productivas de cacao y café orgánico como estrategias de posicionamiento y sustentabilidad del sector agroexportador en la región de Amazonas - Chachapoyas 2016*. Escuela Profesional de Administrador de Empresas. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. Chachapoyas. Perú.

Prialé, J. (01 de abril). *Perú es el noveno proveedor de flores al mercado estadounidense*. *Diario Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/peru-noveno-proveedor-flores-mercado-estadounidense-1063-noticia/?ref=gesr>.

Portugal, A. (2013). *Cultivo y exportación de la gypsophila*. Maestría en Administración de Negocios. Escuela de Pos Grado. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima. Perú.

ANEXOS

N°

ENCUESTA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FLORES DE EXPORTACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de los productores de flores para la elaboración de la tesis de grado denominada: Floricultura de Exportación Como Estrategia De Desarrollo Económico de los Anexos de Taquia, Maripata y Opelel Distrito y Provincia de Chachapoyas Región Amazonas: por lo que se recomienda al encuestado, veracidad en sus respuestas.

Lugar donde se realizó la encuesta:

- a) Taquia b) Maripata c) Opelel d) Chachapoyas

I. DATOS GENERALES Y SOCIO ECONÓMICOS DEL PRODUCTOR

1. Nombre del encuestado:
2. Sexo:
 - a) Masculino
 - b) Femenino
3. Edad:
 - a) De 18 a 25 años.
 - b) De 26 a 35 años.
 - c) De 36 a 45 años.
 - d) Mayor de 45 años
4. Actividades Económicas que realiza
 - a) Agricultura
 - b) Comercio
 - c) Construcción civil
 - d) Otros
5. Ingresos económicos que percibe al mes
 - a) Menos de 500 soles
 - b) De 500 a 1000 soles
 - c) De 1000 a 2000 soles
 - d) Mayor a 2000 soles

II. RELACIONADOS A LA PRODUCCIÓN

6. Área total de las parcelas de producción de flores
 - a) Menos de 1 Ha.
 - b) De 1 a 2 has.
 - c) De 2 a 3 has
 - d) Más de 3 has.
7. Variedades de Flores que cultiva
 - a) Azucenas
 - b) Palmas
 - c) Hortencias
 - d) Rosas
 - e) Todas
8. Cuántas veces al año es su producción
 - a) Una vez al año
 - b) Dos veces al año
 - c) Tres veces al año
 - d) Permanente

9. Cuánto es su producción de flores por hectárea.
 a) 1000 docenas b) De 1000 a 5000 docenas c) De 5000 a 10000 docenas
 d) Más de 10000 docenas.
10. Cuánto es el precio que le pagan por docena de flores
 a) 5 soles la docena b) De 6 a 8 soles la docena c) De 9 a 12 soles la
 docena d) Más de 12 soles la docena
11. A qué mercados vende usted sus flores
 a) Chachapoyas b) Chiclayo c) Piura d) Otros.....
12. Cómo es el canal de distribución del producto al consumidor final
 a) Directamente b) Mediante intermediario c) Mediante una
 organización formal. d) Otros.....

III RELACIONADOS A LA EXPORTACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO

13. Estaría de acuerdo que sus flores se vendan en mercados del extranjero.
 a) Si b) No
14. Estaría dispuesto a organizarse para poder vender sus flores al extranjero.
 a) Si b) No
15. Si su producción es baja estaría de acuerdo usted en ampliar sus terrenos de
 cultivo para atender con la producción a mercados del extranjero.
 a) Si b) No
16. Cree usted que si vende a mercados externos tenga mejores precios por sus
 flores.
 a) Si b) No
17. Cree usted que si incrementa la producción de rosas se mejoren las condiciones
 de vida de los anexos.
 a) Si b) No
18. Si incrementa sus ingresos producto de las ventas de flores en que los emplearía
 usted
 a) Educación para sus hijos b) Mejorando la casa c) Ampliando la
 chacra d) Todas

Gracias.....

FOTOS



Foto 01: La azucena flor representativa de los anexos de Taquia, Maripata y Opelel.



Foto 02: Anexo de Taquia lugar donde se realizaron las encuestas

